

Creative Crowds: Perspektiven der Fanforschung im deutschsprachigen Raum

Cuntz-Leng, Vera (Ed.)

Veröffentlichungsversion / Published Version
Sammelwerk / collection

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Cuntz-Leng, V. (Hrsg.). (2014). *Creative Crowds: Perspektiven der Fanforschung im deutschsprachigen Raum*. Marburg: Büchner-Verlag. <https://doi.org/10.14631/978-3-96317-709-5>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de>

Terms of use:

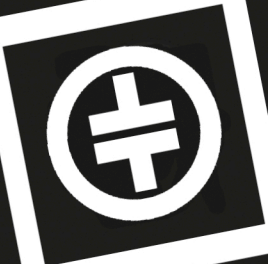
This document is made available under a CC BY-NC Licence (Attribution-NonCommercial). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>



Vera Cuntz-Leng (Hg.)

Creative Crowds

Perspektiven der Fanforschung
im deutschsprachigen Raum



büchner

Creative Crowds

Vera Cuntz-Leng (Hg.)

Creative Crowds

Perspektiven der Fanforschung
im deutschsprachigen Raum

büchner-
verlag

wissenschaft und kultur



Dieses Werk erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz 4.0 (CC-BY-NC). Diese Lizenz erlaubt unter dem Vorbehalt der Namensnennung des Urhebers die Bearbeitung, Vervielfältigung und Verbreitung des Materials in jedem Format oder Medium, jedoch nur für nicht kommerzielle Zwecke.

Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z. B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

ISBN (Print): 978-3-941310-42-1

ISBN (PDF): 978-3-96317-709-5

DOI: 10.14631/978-3-96317-709-5

Erschienen 2014 im BÜCHNER-Verlag

Umschlagmotiv: © Alex Grey

Die Printausgabe dieses Buchs wird gedruckt von Docupoint GmbH, Magdeburg.

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie, detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.de> abrufbar.

Inhalt

Einführung: konsumieren, partizipieren, kreieren	9
<i>Vera Cuntz-Leng</i>	
Media Fan Studies: Eine Bestandsaufnahme	17
<i>Kristina Busse</i>	
Brieffreundschaften, Tauschökonomien und Fanfotografie am Vorabend der digitalen Revolution: Take That-Fans zwischen 1990 und 1996	35
<i>Anja Löbert</i>	
Popfandom als Genderidentifikationskriterium: Analyse einer männlichen und heterosexuellen Fankultur um Prince	55
<i>Carla Schriever</i>	
»Ich bin dann mal im Real Life!« Nutzung von Social-Media- Plattformen im Umgang mit Nähe und Distanz in Fankulturen	75
<i>Sandra Mauler</i>	
Fan-Made Transmedia Storytelling	94
<i>Ramón Reichert</i>	
Computerspielkulturen: Praktiken der Aneignung durch Computerspielfans	113
<i>Markus Wiemker & Jeffrey Wimmer</i>	
Let's Play: Tentative Überlegungen zur Ästhetik eines Online- Fanomens	136
<i>Tom Reiss</i>	

»Boah Gandalf, man kann es aber echt übertreiben!« <i>Lord of the Weed</i> oder die digitale Spaßguerilla im Spannungsfeld von Fanfilm und Parodie	157
<i>Janwillem Dubil</i>	
Die fiese Presse des Jean-Luc Picard: <i>Sinnlos im Weltraum</i> als Paradigma der parodistischen Fundub	175
<i>Jonas Etten</i>	
Unternehmerische Fans: Eine kulturwirtschaftliche Perspektive auf fankulturelle Aktivität im digitalen Zeitalter	198
<i>Sophie G. Einwächter</i>	
Wahrnehmung von Belletristik-Fanfiction durch die deutsche Verlagsbranche	218
<i>Karina Geiger</i>	
Das »K« in Fanfiction: Nationale Spezifika eines globalen Phänomens	238
<i>Vera Cuntz-Leng</i>	
»Re-Vamped«: Repräsentation, Funktion und Erwartungssetzung einer ehemals monströsen Figur	261
<i>Hannah Birr & Meike Ubrig</i>	
Der Freiraum der Leidenschaft	284
<i>Thessa Jensen</i>	
Konsumkreativitäten der FanArt-Szene	305
<i>Jutta Zaremba</i>	
Und dann kamen die Generationen! Generationen in heutigen Medienfanszenen am Beispiel der deutschen Manga- und Animeszene	324
<i>Christine Schulz & Eva Mertens</i>	

Die deutsche Cosplayszene	345
<i>Laura Byell & Karishma Schumacher</i>	
Ultras: Der kreative Protest aktiver Fans gegen Kommerzialisierungsprozesse im Fußball	364
<i>Gabriel Duttler</i>	
Die Sicherheitsgesellschaft im Stadion: Der Problemdiskurs um die Ultra-Fans im deutschen Fußball	383
<i>Fernando Schwenke</i>	
Autorinnen und Autoren	403

Einführung: konsumieren, partizipieren, kreieren

Vera Cuntz-Leng

»Fandom is a way of life« (FIAWOL) ist ein bekannter und eingängiger Slogan, der bereits vor sechzig Jahren im Science-Fiction-Fandom populär war – oft zitiert in Opposition zu FIJAGH (»Fandom is just a goddamn hobby«). Die Identifikation mit diesem Credo ist nach wie vor immens, vielleicht größer als je zuvor. Denn anders als zu Beginn dessen, was wir heute darunter verstehen, wenn wir von »Fankultur« sprechen, ist Fandom keine Begleiterscheinung mehr, keine juvenile Flause, die vorüber geht. Die landläufigen Vorstellungen von Fans¹ als hysterische Teenies, nerdige Stubenhocker oder aggressive Hooligans haben eine drastische Wandlung erfahren. Während vor ein paar Jahren Trekkies, Potterheads, Live-Rollenspielern, Hardcore-Gamern, Furies, Visus oder Gothics noch mit Argwohn, Unverständnis und Spott begegnet wurde, debattiert heute jeder über die *Hobbit*-Verfilmungen, wartet ungeduldig auf die nächste Staffel von *Sherlock* und muss sein Ramones- oder Metallica-Shirt nicht beim Indie-Versand bestellen, sondern kann es direkt bei H&M kaufen. Selbst beim Kinderfasching tummeln sich mittlerweile mehr kleine Spider- als Feuerwehrmänner.

Auf internationaler Ebene ist für diese Entwicklung zunächst der Erfolg von Fernsehserien wie *Star Trek* und *The Man from U.N.C.L.E.*

1 Im vorliegenden Band wird einheitlich die männliche Form verwendet, wir sind uns der dahinterliegenden simplifizierenden Problematik bewusst und verstehen Geschlecht als vielgestaltiges Verhandlungsfeld, das komplexer ist als »männlich« und »weiblich«, weshalb wir von Formulierungen wie »Spieler/innen« oder »SpielerInnen« Abstand genommen haben, da sie ein binäres Geschlechterverständnis implizieren und zementieren, dem entgegenzuwirken ist. Lediglich an Stellen, wo dezidiert nur weibliche Fans gemeint sind, wurde dies entsprechend kenntlich gemacht.

sowie das Aufkommen des Hollywoodblockbusterkinos seit den späten 1970er Jahren verantwortlich (*Star Wars*, *Alien*, *Indiana Jones*). Viele Zuschauer waren in einer Art und Weise von diesen Programmen begeistert, dass sie selbst tätig wurden: Fanzines herausgaben, Conventions organisierten, eigene Geschichten erfanden. In den 1990er Jahren setzte sich dieser Trend insbesondere beflügelt durch Kultfernsehserien wie *Twin Peaks*, *The X-Files*, *Buffy the Vampire Slayer* und *Dr. Who* fort – das sogenannte »Quality TV« der 2000er Jahre mit Beispielen wie *Lost*, *Heroes*, *Game of Thrones*, *Downton Abbey* und *Sherlock* fungiert hier wiederum als organische Weiterführung. Neben diesen sogenannten Media Fandoms sind auf der anderen Seite aber auch Entwicklungen in anderen Segmenten der Fankultur bedeutsam gewesen. Eine Kommerzialisierung von Sportevents wie der Fußballweltmeisterschaft oder dem Superbowl nahm zu. Durch das Fernsehen wurden sie zum großen Medienspektakel, und neue Fanpraktiken wie *Public Viewing* etablierten sich. Seit den 1970er Jahren wuchs außerdem die Popularität des neuen Mediums Computerspiel. *Space Invaders* ist hier als Meilenstein zu nennen, da Computerspiele nun von den *Arcades* ihren Weg in die heimischen Wohnzimmer gefunden hatten und somit einen größeren Rezipientenkreis erschlossen. Wichtig ist außerdem, dass die internationale Vermarktung von Anime und Manga im großen Stil begonnen hatte.

Doch erst durch das Internet (und die exzessive Rezeption von *Harry Potter* und *The Lord of the Rings* in den frühen 2000er Jahren) sind Fans und Fancommunities nicht nur sichtbarer, allgegenwärtiger geworden, sie sind endgültig im Mainstream angekommen. Im Unterschied zu den exklusiven Zusammenkünften der *Sherlock Holmes*-Gesellschaften in den 1930er Jahren oder den eingeschworenen Science-Fiction-Fanzirkeln der 1950er Jahre, spielen sich Fan-Sein und Fankultur heute jederzeit sichtbar und mitten in der Alltagswelt ab. Es scheint fast so als identifiziere sich jeder als Fan – ob von *Apple* oder von *Yu-Gi-Oh!* und *Zelda* ist dabei Nebensache.

Die Genese von Fandoms stellt einen Paradigmenwechsel bezüglich der Auffassung von und der Auseinandersetzung mit dem Rezipienten dar – vom machtlosen, leicht kontrollier- und beeinflussbaren Konsumenten hin zum aktiv partizipierenden Rezipienten und schließlich zum selbst schöpferisch Tätigen. Fans fungieren als sicht-

barste und mächtigste Rezipientengruppe, deren rückwirkender Einfluss auf die Produktion von Medien, Inhalten und Waren gar nicht hoch genug eingeschätzt werden kann.

Aus der Masse der Fans heraus werden immer wieder Medieninhalte kritisch hinterfragt und herausgefordert. Daher können Fandoms die Funktion erfüllen, fundamentale Themen unserer Gesellschaft zu adressieren – durch Fandoms können Fragen nach der Stabilität gegenwärtiger Vorstellungen von Identität, Geschlecht oder Sexualität gestellt werden; Fandoms können eine Plattform bieten, um kulturelle, historische und politische Ereignisse wie etwa ein wachsendes Sicherheitsbedürfnis bei gleichzeitiger Angst vor Überwachung zu debattieren; Fandom kann auf stereotype Darstellungen von Minderheiten in den Medien hinweisen und diese demontieren. Dabei nehmen Fans aktiv am Prozess der Medienproduktion teil, indem sie kreativ eigene Inhalte wie Kunstwerke, Basteleien, Comics, Texte, Videos, Musik oder Spiele generieren und publizieren. Damit erobern Fans auch aktiv für sich selbst, ihre Interessen und Perspektiven, ihre Identität als Fans und ihren kreativen Output einen Platz in der Popkultur.

Die Schlüsselfunktion des Internets lässt sich in diesem Zusammenhang in den neuartigen Möglichkeiten der Partizipation und des Austauschs identifizieren. Es vereinfacht die Beschaffung von Informationen, eröffnet neuen Publika Zugang und offeriert neue gestalterische Ausdrucksmöglichkeiten in der Erschaffung von Fanproduktionen (zum Beispiel durch Bildbearbeitungs- und Videoschnittsoftware). Das Internet leistet somit einen essentiellen Beitrag in der generellen Demokratisierung von Medien. Dieser Prozess ist längst nicht abgeschlossen.

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Fandom beschränkt sich bislang fast ausschließlich auf den anglo-amerikanischen Raum. Zeitgleich ist aufgrund der diffusen Grenzen im Internet eine – möglicherweise unbeabsichtigte – Ignoranz gegenüber nationalen Spezifika von Fandoms und eine gewisse Tendenz zu Pauschalisierungen seitens der Fanforschung auszumachen. Daher möchte der vorliegende Band einen Baustein liefern, eben diese eklatanten Mängel zu beheben und den interdisziplinären Diskurs über Fandom in der deutschsprachigen Wissenschaftslandschaft zu eröff-

nen. Wir müssen zunächst feststellen, wie nationale Fandoms und Fanggemeinschaften bzw. nationale Ausprägungen transnationaler Phänomene aussehen, um auf dieser Basis einen internationalen und interkulturellen Vergleich anstellen zu können. Ausgehend von der Prämisse, dass die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Fans unumgänglich für die Diskussion von und über Kultur im 21. Jahrhundert ist, kann die Reflexion nationaler Fankultur die Grundlage bilden, um zum Beispiel über Zustand und Funktionsweise internationaler Medienlandschaften und -märkte nachzudenken, über kulturelle (nationale) Identität im globalen Kontext sowie die Bedeutung des Internets für kulturelle Integration und Diversifikation zu reflektieren. Eine alleinige Untersuchung von offiziell produzierten und vermarkteten Medieninhalten und Kulturprodukten ist in diesem Zusammenhang aus Gründen einer zunehmenden globalen Konvergenz nicht mehr ausreichend – wir sollten auch aus akademischer Perspektive die größeren Entfaltungsspielräume nutzen, die Fancommunities erschlossen haben.

Der vorliegende Band versammelt Beiträge aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen, deren Diversifikation der Perspektiven nicht nur die Mannigfaltigkeit der Forschungsgegenstände »Fans«, »Fankulturen« und »Fanaktivitäten« abbildet, sondern auch verdeutlicht, inwiefern die wissenschaftliche Diskussion derselben ganz verschiedene Forschungsfelder berührt. Daher richtet sich das Buch gleichermaßen an Sozial- und Kommunikationswissenschaftler, an Literatur-, Film-, Kunst-, Theater- und Medienwissenschaftler, an Forscher im Bereich der Cultural Studies, der Game Studies und der Genderforschung, an Pädagogen und Philosophen.

Einführend weist *Kristina Busse* auf eben jene interdisziplinäre Qualität in der kritischen Auseinandersetzung mit Fans hin. Sie reflektiert nicht nur den bisherigen wissenschaftlichen Diskurs mit besonderem Fokus auf den Media Fan Studies, sondern adressiert außerdem die Relevanz von nationalen und transnationalen Fanstudien und gibt Ausblick auf zukünftige Fragestellungen in diesem Feld.

Anja Löbert versetzt uns zunächst zurück in die Zeit vor dem Internet, indem sie das Popfandom (»Bandom«) um die britische Boyband Take That in den 1990er Jahren beschreibt. Kreative Praktiken und ihre Implikationen, wie das Erstellen von Freundschaftsbüchern oder der Tausch und die Verbreitung von Backstagefotos, werden diskutiert. Abschließend wird auch die Rolle des digitalen Wandels auf das Take That-Fandom in den Blick genommen. *Carla Schriever* bewegt sich mit Prince ebenfalls in einem Popfandom, das sogar auf eine noch längere Geschichte zurückblicken kann als Take That. Dabei interessiert sie sich vor allen Dingen für das Verhältnis männlicher, heterosexueller und langjähriger Prince-Fans zu ihrem Star. Fragen nach dem Nähe-Distanz-Erleben von Fans spielen hier eine große Rolle, die wiederum auch *Sandra Mauler* in ihrem Beitrag über die Bedeutung von Sozialen Netzwerken wie *Twitter*, *tumblr* oder *Facebook* in Fangemeinschaften zu Fernsehserien verfolgt. Vom Prince-Konzerterlebnis in Schrievers Beitrag verlagert Maulers Text nun das Erleben »tatsächlicher« bzw. »imaginierten« Nähe und Distanz von Fans zu Stars und auch innerhalb der globalen Fangemeinschaften selbst in den virtuellen Raum des Internets.

Nun ausschließlich im Netz bewegt sich auch *Ramón Reichert*, der anhand von drei Beispielen (Makeup-Videos auf *YouTube*, Machinima zur Computerspielserie *The Sims* und von Fans erstellte Netzcomics) aufzeigt, inwiefern der Fan im Internet selbst zum transmedialen Geschichtenerzähler wird. *Markus Wiemker* und *Jeffrey Wimmer* beleuchten, inwiefern Computerspielfans in den Kreislauf der Medienkultur eingebunden sind, sich also aktiv das Rezipierte aneignen, sich damit identifizieren und es modifizieren (zum Beispiel durch die Erstellung eigener Inhalte oder das Erfinden alternativer Spielmodi, aber auch durch Reflexion, Aneignung und Modifikation der in den Spielen repräsentierten Geschlechterbilder). *Tom Reiss* schlägt mit seiner Untersuchung über das Let's Play-Phänomen, das er mit den ästhetik-theoretischen Überlegungen Adornos und Rancières zusammenbringt, die Brücke zwischen Gaming und Vidding.

Die Beiträge von Dubil und Etten befassen sich beide mit verschiedenen Viddingprojekten, genauer gesagt mit den deutschsprachigen Fundubs *Lord of the Weed* und *Sinnlos im Weltraum*. *Janwillem Dubil* stellt zunächst eine Klassifikation der unterschiedlichen Vid-

dingpraktiken vor, die von Fans praktiziert werden, und zeigt dann auf, inwiefern *Lord of the Weed* sein Ausgangsmaterial aus Peter Jacksons Fantasyblockbuster *The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring* überschreibt bzw. löscht. *Jonas Etten* erarbeitet für das wohl bekannteste deutsche *Star Trek*-Viddingprojekt *Sinnlos im Weltraum* eine dreigliedrige Taxonomie der Fundub (Konstituierung der Charaktere, Gestaltung der Dialoge und Konstruktion von Handlungsverläufen), die er unter formalen und pragmatischen Gesichtspunkten analysiert.

Viddingprojekte wie *Sinnlos im Weltraum* oder *coldmirrors Harry Potter und der geheime Pornokeller* interessieren *Sophie Einwächter* neben anderen Fanproduktionen wie Fanwebsites oder Fanfiction unter ökonomischen Gesichtspunkten. Sie zeigt auf, inwiefern Fans selbst als Innovatoren fungieren, zu Infopreneuren oder gar Stars werden. Am Beispiel von Fanfiction denkt im Anschluss *Karina Geiger* ebenfalls über die Möglich- und Unmöglichkeiten einer Vermarktbarkeit von fan-generierten Inhalten nach, indem sie die Beziehung deutscher Verlage zum Fanfiction-Phänomen darstellt und kritisch reflektiert.

In meinem eigenen Aufsatz (*Vera Cuntz-Leng*) wird es ebenfalls um Fanfiction gehen, allerdings liegt mein Fokus auf der Skizzierung einer nationalen Fanfictionhistorie als Alternativgeschichte zur anglo-amerikanischen Entwicklung der Fanfiction. Nationale Besonderheiten der deutschsprachigen Fanfictioncommunity in transnationalen Fandoms sowie spezifisch deutsche Fandoms, die im internationalen Diskurs bislang unbeachtet geblieben sind, werden ebenfalls dargestellt. Im Anschluss daran erörtern *Hannah Birr* und *Meike Uhrig* das Hand-in-Handgehen der Entwicklung in der filmischen Repräsentation des Vampirs mit seiner Bedürfnisbefriedigungsfunktion für das Publikum, das in den letzten 100 Jahren Filmgeschichte einen markanten Wandel erfahren hat. Zu ihrem Thema wählen Birr und Uhrig einen multimethodischen Zugang, der hermeneutische Filmanalyse, qualitative Inhaltsanalyse von Fanfictions und Rezipientenbefragung miteinander verzahnt.

Um die Freiräume im Internet, die es braucht, um kreatives Denken, Handeln und Lernen überhaupt zu ermöglichen, geht es im Beitrag von *Thessa Jensen*, die ihre Überlegungen auf Csikszentmihalyis

Systemmodell der Kreativität stützt. Während sie über Kreativität am Beispiel von Fanfiction-Verfassern spricht, reflektiert *Jutta Zaremba* über Konsum- und Kreativitätssetzungen anhand der FanArt-Szene, die ihre Ressourcen ebenso offensiv verschwendet wie die Fanfiction-Verfasser, um eine freiwillige, kreative Gemeinschaft des Tauschens und Austauschens bilden zu können, die in der gemeinsamen Zuneigung für ein bestimmtes Fanobjekt und für Fanproduktionen allgemein zusammenfindet.

Eine andere Szene, nämlich die der Manga- und Animefans, betrachten *Christine Schulz und Eva Mertens* hinsichtlich der Frage, ob es sich hierbei tatsächlich um Jugendszenen handelt bzw. inwiefern sich verschiedene Generationen von Anime- und Mangabegeisterten konstituieren. Eine Affinität zu japanischer Popkultur lässt sich auch der Szene der Cosplayer in Deutschland attestieren, deren Geschichte, Charakteristika sowie ihren Berührungspunkte mit anderen Szenen *Laura Byell und Karishma Schumacher* in ihrem Text nachgehen.

Fußballfans haben aufgrund der Popularität des Sports in Deutschland eine besondere Bedeutung, die sich zum Beispiel im Phänomen der Ultras manifestiert. *Gabriel Duttler* diskutiert die Ultra-Kultur im deutschen Fußball im Hinblick auf ihre Fähigkeit, das Stadion selbst auf kreative Art und Weise zum Ort des vereins- und verbandspolitischen Protests zu machen. *Fernando Schwenke* nimmt dann abschließend eine andere Position zu den Ultras ein, in dem er vor der Folie von wachsendem Sicherheitsbedürfnis und gleichzeitigem Wunsch nach Freiheit das Spannungsverhältnis zwischen Vereinen, Fans, Presse und Polizei analysiert.

Viele Personen haben ihre Zeit und ihr Know-How in dieses Buchprojekt investiert. An dieser Stelle möchte ich aber vor allen Dingen Rafael Bienia (Maastricht University), Isabella van Elferen (Kingston University London), Nadine Farghaly (Universität Salzburg), Ingrid Hotz-Davies (Eberhard Karls Universität Tübingen), Ruth Knepel (Goethe-Universität Frankfurt), Christof Leng (International Computer Science Institute Berkeley), Sonja Loidl (Universität Wien), Jonas Nesselhauf (Universität Vechta), Andreas Rauscher (Johannes Gu-

tenberg-Universität Mainz), Markus Schleich (Universität des Saarlandes), Irene Schütze (Kunsthochschule Mainz) und Meike Uhrig (Eberhard Karls Universität Tübingen) ganz herzlich danken, ohne deren hervorragende Unterstützung und Expertise dieser Sammelband nicht hätte realisiert werden können. Mein Dank gilt außerdem dem Büchner-Verlag für die ausgezeichnete Betreuung, ganz besonders Andreas Kirchner für sein offenes Ohr und seine wertvollen Hinweise. Danken möchte ich außerdem noch Alex Grey, der die Idee und Grundlage für das Cover freundlicherweise zur Verfügung gestellt hat.

Media Fan Studies: Eine Bestandsaufnahme

Kristina Busse (aus dem Englischen von Vera Cuntz-Leng)

In den frühen anglo-amerikanischen Online-Fandoms war das Suchen und Finden von Gleichgesinnten ein gängiges Unterfangen. Nach Jahren und Dekaden der Isolation – gefangen im Glauben, die Einzige zu sein, die sich für bestimmte Bücher oder Filme begeistern könne und gleichzeitig vom Wunsch angetrieben, eine Alternativgeschichte zum Gezeigten auf dem Bildschirm erzählen zu wollen – fanden sich viele Fans von der Tatsache überwältigt, dass sie im Internet plötzlich auf Hunderte von Gleichgesinnten stießen. In den Jahren zuvor hatte sich dies ungleich komplizierter gestaltet. Häufig war für Neulinge der Kontakt über Dritte vonnöten, um in eine bestimmte Fansubkultur initiiert werden zu können, die sich vor dem Internet hauptsächlich aus Conventions und Fanzines generierte (Jenkins; Bacon-Smith; Penley). Hingegen alles, was es mit dem Internet noch brauchte, war eine Portion gesunde Neugier und gute Suchfähigkeiten, um Fans mit gleichen Interessengebieten auszumachen – zunächst in Newsgroups, dann auf Mailinglisten, später auf Blogs und in sozialen Netzwerken.

Doch obwohl ich in meinen ersten Fandoms *Buffy the Vampire Slayer* (US 1997–2003) und *The X-Files* (US/CA 1993–2002) andere wie mich getroffen hatte, fühlte ich mich stets dennoch etwas abgetrennt. Während meine amerikanischen Freunde gleichen Alters in Erinnerungen an Romane wie *Little Women*, *Anne of Green Gables* und *The Secret Garden* schwelgten oder an *Doctor Who* (GB 1963–1998) und *The Bionic Woman* (US 1976–1978) zurückdachten, reichte mein eigenes Fangedächtnis zu Autoren wie Karl May und Mark Brandeis, zu *Perry Rhodan* und *Burg Schreckenstein*, zu den *Mädchen aus dem Weltraum* (*Star Maidens*, GB/DE 1976) und *Die Zwei* (*The Persuaders*, GB 1971–1972) zurück. Als ich C.S. Lewis' *The Lion the Witch and the Wardrobe*

las oder *The Wizard of Oz* (US 1939) sah, war ich bereits erwachsen. Heute, dreißig Jahre später, gehen meine eigenen Kinder ins Internet und debattieren noch in der selben Nacht über *Sherlock* (GB 2010–), in der die Sendung im britischen Fernsehen ausgestrahlt wird. Meine amerikanischen Freunde verfolgen *Verbotene Liebe* (DE 1995–) über *YouTube*. Und meine deutschen Freunde schauen amerikanische Hockeyspiele, britischen Fußball und MTV's *Teen Wolf* (US 2011–). Sicherlich haben englischsprachige Medien schon immer deutsche Rezipienten erreicht und beeinflusst, aber heutzutage bestehen praktisch keine Zugangshürden oder Zeitverzögerungen mehr.

Die daraus resultierende Gefahr für Fans außerhalb den USA – und, viel wichtiger, für nicht-amerikanische Fanforscher – ist, dass die scheinbare Gleichheit fälschlicherweise zu einer homogenen Betrachtung einlädt, die die Spezifität der lokalen und nationalen Besonderheiten und Eigenheiten in der gleichen Zeit löscht wie sie eine Standarderzählung etabliert, welche eine bestimmte Art von Fans und von Fangeschichte privilegiert. Während die Frühzeit der Fanforschung vor zwei Jahrzehnten eine simplifizierende Botschaft brauchte, die Fanwerke als subversive Gegenreaktion zum amerikanischen Fernsehen sah, profitieren wir heute von einer stetig wachsenden Teildisziplin, die es Wissenschaftlern erlaubt, ihre Forschung auf allen Ebenen zu diversifizieren. Und eine der interessantesten und nötigsten Erweiterungen in der Fanforschung ist ein Bewusstsein für die transmedialen und transkulturellen Bewegungen sowie der Fokus auf einzelnen Ausdrucksformen und Produkten von Fans, die sich beide sowohl unterstützend als auch widersprüchlich zum Mainstream verhalten können. Vor diesem Hintergrund schafft das Rekapitulieren der Geschichte der ersten zwei Dekaden primär englischsprachiger Fanforschung vor allen Dingen die Voraussetzungen für die wichtigen Forschungsfragen und Beobachtungen, die vorliegender Band zusammenbringt. Denn nur, wenn wir den bisherigen Verlauf der Fanforschung betrachten und verstehen, können wir begreifen, was der Fokus auf deutschen Fans, deutschsprachigen Fantexten und Fancommunities zu dieser Forschung beitragen kann.

Interdisziplinäre Ursprünge und Differenzen

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Fans und Fandoms ist das Ergebnis des produktiven Zusammenkommens diverser Disziplinen. Literatur- und Kommunikationswissenschaften interpretieren Fanartefakte, ihre Herstellung und die rhetorischen Strategien, die Fans einsetzen, um neue Bedeutungen zu generieren; Anthropologie und Ethnografie analysieren Fans als Subkultur; Medien-, Film- und Fernsehwissenschaften betrachten die Bedeutung und kreative Vereinnahmung von Medien in Fanpraxen wie Fanart oder Vidding; die Psychologie interessiert sich für die Motivationen von Fans und ihr Vergnügen an bestimmten Artefakten der Populärkultur; die Rechts- und Wirtschaftswissenschaften befassen sich mit den inhärenten Problemen, aber auch Potenzialen, die sich aus der derivativen Natur von kreativen Erzeugnissen der Fans ergeben (Copyright, Parodie, Fair Use). Dennoch – wie Schimmel, Harrington und Bielby konstatieren – lassen sich die Fan Studies mehrheitlich in zwei Gruppen aufgliedern: Sozialwissenschaften und Medienwissenschaften. Psychologie und Soziologie untersuchen die Gruppendynamik von Fancommunities, ihre leidenschaftliche Auseinandersetzung und Besetzung von Objekten, die anderen Personen uninteressant oder lächerlich scheinen. Sport-, Musik- und Filmfans sind hier häufige Forschungsobjekte. Die Mainstreamkultur an sich scheint diese drei Gruppen leichter akzeptieren zu können – Sportfandoms möglicherweise aufgrund ihrer männlich besetzten Konnotationen die oft »Kraft, Ausdauer und Leistungsfähigkeit« sowie »Wettbewerb« hervorheben; Musik- und Filmfandoms möglicherweise aufgrund einer spürbaren Tendenz, sie als vorübergehendes Phänomen der Adoleszenz abzutun. Tatsächlich werden die Extremformen dieser Fandoms wie Hooligans oder Teeniemobs als Randerscheinungen und nicht als repräsentativ für die spezifische Fankultur wahrgenommen. Im Gegensatz dazu nehmen die Film- und Medienwissenschaften vor allen Dingen das Verhältnis zwischen Medientexten (Romane, Comics, Fernsehserien, Computerspiele usw.) in den Blick, wobei der Fan oftmals als prototypischer Rezipient gedacht wird. Aus kulturwissenschaftlichem Blockwinkel werden Texte, Medien und ihre Fancommunities in Beziehung zueinander gesetzt – häufig ausgehend von

und eingebettet in einen postmodernen Theorierahmen, der Kultur selbst als Text versteht.

Nachfolgend möchte ich den Fokus meines Artikels auf die Media Fan Studies legen, da sich die Fanforschung als Subdisziplin der Medien- und Kulturwissenschaften klarer definiert und positioniert hat als in den Sozialwissenschaften. Möglicherweise lässt sich dies auf einige wichtige, frühe Texte zurückführen, die das Feld begründeten. Die Ursprünge des Großteils gegenwärtiger Media Fan Studies lassen sich in den 1970er Jahren ausmachen, wo sowohl ein zunehmendes Forschungsinteresse an Zuschauern und Rezipienten allgemein wie auch ein verstärktes Interesse insbesondere britischer Kulturwissenschaftler an Subkulturen begann. Insbesondere Stuart Hall lehnt mit seinem »incorporation/resistance paradigm« (erst nachträglich als solches ausformuliert durch Abercrombie, Longhurst 15–28) die althergebrachte Vorstellung von Zuschauern als leicht manipulierbarer Masse ab, die Adorno und Horkheimer postuliert hatten und die einen hohen Stellenwert in Kreisen linksintellektueller Kulturkritiker genossen. Anstatt das Publikum als homogene Gruppe zu betrachten, die leicht und kritiklos dominante Lesarten von Texten übernimmt, unterscheidet Hall zwischen verschiedenen Rezeptionsstrategien, in denen Zuschauer nicht zwangsläufig passiv oder leicht zu manipulieren seien, sondern eigenständig entscheiden könnten, ob sie der dominanten Lesart eines Textes zustimmten oder diese ablehnten, ob sie seiner Ideologie folgen oder sich ihr widersetzen wollten. Indem Dick Hebdidge in seiner Arbeit *Subcultures* die aktive Auseinandersetzung mit kulturellen Texten betont, die innerhalb von Subkulturen stattfindet, wird zudem die politische Dimension der gegenkulturelle Lesarten und Aneignungen in den Vordergrund der bisherigen Überlegungen gerückt.

In der Zwischenzeit fanden in anderen Gebieten ähnlich umwälzende Veränderungen statt, die die nötigen Weichen für Fanforschung zu stellen halfen. Die Rezeptionsästhetik verlagerte den literaturwissenschaftlichen Fokus vom Werk und seinem Autor hin zum Leser (Fish; Iser; Jauß; Tompkins). Zur gleichen Zeit trugen Pierre Bourdieus *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* und Michel de Certeaus *Analyse des Alltagslebens* dazu bei, den theoretischen Rahmen zu bilden, der eine Neubewertung von Populärkultur und

ihren unzähligen Rollen und Funktionen, die diese für das Publikum erfüllen kann, erlaubte.

Die 1980er Jahre brachten die Implementierung und konkrete Anwendung dieser kulturwissenschaftlichen Studien auf die Populärkultur und ihre Rezipienten mit sich. David Morley unterscheidet zum Beispiel in seiner Studie britischer Fernsehzuschauer *The Nationwide Audience* zwischen dominanten, ausgehandelten und gegensätzlichen Lesarten der Nachrichtenprogramme – sonach kann dieses Werk als Gründungstext dieses spezifischen Zweigs der Publikumsforschung angesehen werden. John Fiskes *Reading the Popular* behandelt ein variantenreiches Spektrum populärkultureller Texte – vom Sears Tower in Chicago über Madonna bis hin zu Quizshows – und zeigt, inwiefern all diese Artefakte wertvolle und bedeutsame Gegenstände gründlicher wissenschaftlicher Analyse sind. Insbesondere begannen Wissenschaftler aber, weibliche Zuschauer und Leser in den Blick zu nehmen. Ebenso wie Dorothy Hobson in ihrer Arbeit zu Seifenopern, formt Ien Ang mit *Watching Dallas*, wo sowohl qualitative als auch quantitative Mittel der Sozialforschung zur Anwendung gebracht werden, neue Vorstellungen einer möglichen Teilnahme des Fernsehzuschauers am Gesehenen. Mit *Reading the Romance* legt Janice Radway zudem eine wesentliche ethnografische Untersuchung von weiblichen Liebesromanleserinnen vor. Zu nennen ist außerdem *Feminism and Youth Culture* von Angela McRobbie, das sich mit der Interaktion weiblicher Teenager mit popkulturellen Medien, wie zum Beispiel Jugendmagazinen, auseinandersetzt.

Die drei Wellen der Fanforschung

Aufgrund der Vormachtstellung des »incorporation-resistance«-Paradigmas innerhalb des wissenschaftlichen Diskurses, bestand eine frühe Aufgabe der Fanstudien darin, eine generelle subversive Natur von Rezipienten nachzuweisen. Zu einem willkommenen Objekt medien-fokussierter Kulturwissenschaften wurden daher erwachsene Fans, insbesondere von weniger angesehenen und marginalisierten kulturellen Artefakten wie Science-Fiction oder Fernsehsendungen.

Oftmals als die passivsten und am wenigsten reflektierten Konsumenten erachtet, war diesen Fans vielfach mit Misstrauen begegnet und ihre Handlungen als Zeitverschwendung abgeurteilt worden. Während das Verkleiden bei Kindern eine durchaus akzeptable Handlung ist, gilt dies für Cosplay nicht; während Rollenspiele auf dem Spielplatz oder der Theaterbühne ihren legitimen Platz haben, wird LARP (Live Action Role-Playing) pathologisiert; und während das Erzählen selbst erfundener Gute-Nacht-Geschichten über die Abenteuer fiktionaler Lieblingsfiguren ein allenthalben geschätztes Ritual darstellt, wird Fanfiction weit weniger positiv bewertet. Was diese Beispiele allerdings nahelegen, ist, dass Fanverhalten die Fortführung von gesellschaftlich akzeptierten Verhaltensweisen darstellt. Wenn das Fanverhalten aber als normal gesehen wird, kann man die Aktivitäten an sich beobachten, durch die Fans mit ihren Lieblingstexten umgehen. Durch solch einen Zusammenhangswandel lassen sich Fans exemplarisch als resistente Leser erkennen, die einen Text nicht nur kritisch analysieren, sondern aktiv »zurückschreiben« und die Narration mit Handlungssträngen, Figuren und Emotionen ausgestalten, die sie im Ursprungswerk vermissen.

Drei frühe Untersuchungen dieser ersten Welle setzten sich mit den subkulturellen Gemeinschaften weiblicher Science-Fiction-Fans der TV-Serie *Star Trek* (und anderen Fernsehsendungen) auseinander, die sich als aktives Publikum identifizieren ließen, das kritisierte, interpretierte und oftmals die intendierten Bedeutungen der Ursprungswerke gezielt veränderte: Henry Jenkins' *Textual Poachers*, Camille Bacon-Smiths *Enterprising Women* und Constance Penleys Artikel *Feminism, Psychoanalysis, and the Study of Popular Culture*, den sie später mit *NASA/Trek* erweiterte. Obwohl Jenkins, Bacon-Smith und Penley unterschiedliche Herangehensweisen verwendeten (textkritisch, ethnografisch und psychoanalytisch), heben sie alle drei den Aspekt der Gemeinschaft hervor, die durch Fandom geschaffen wird, sowie die Beziehungen sowohl zwischen den Fans als auch zwischen Fans und den Texten. Sie zeichnen ein Bild von Fandom als einer Gruppe von engagierten und klugen Individuen, die in und durch ihre Community niemals zwangsläufig passiv oder fügsam seien, sondern nachdenklich und abwägend. Fandom wird als eine selbstermächtigte Produktionsquelle von Bedeutungen in und durch sich

selbst aufgefasst. Jenkins, Bacon-Smith und Penley zufolge reflektieren und hinterfragen Media-Fangemeinschaften fortwährend auch ihre eigenen Praktiken. Sie sind des weiteren ausgesprochen gut organisiert, was sich wahrscheinlich auf eben jene Ursprünge im Science-Fiction-Fandom mit seinen gut organisierten Conventions, Fan-zines und APAs (Amateur Press Association) zurückführen lässt. Obschon diese drei Studien nicht die ersten akademischen Auseinandersetzungen mit Fancommunities sind, so definieren sie doch zusammengenommen – unterstützt von einigen maßgeblichen Aufsatzsammlungen dieser Zeit (Lewis; Harris, Alexander) – das Feld und umreißen seine Grenzen.

Wenngleich seit ihrer Veröffentlichung gravierende Veränderungen im Feld der Fanforschung passiert sind – zu weiten Teilen als Resultat der Entwicklung des Internets, das gleichermaßen die Gesichter der Fandoms wie der Wissenschaft veränderte – sind doch viele ihrer Herangehensweisen und Anliegen im Kern gleich geblieben. Anstatt passiv zu konsumieren, engagieren sich Fernsehzuschauer kritisch und kreativ; dies gestattete Fanforschern die Entwicklung eines Modells des aktiv teilhabenden Rezipienten, das ältere, simplifizierende Vorstellungen von Medien als ideologischen Werkzeugen herausforderte und stattdessen die Idee eines komplexeren, subversiven und politischen Zuschauers konstituierte. Angesichts der Tatsache, dass diese Studien in erster Linie auf kreative Fanpraktiken wie Fanfiction, Fanart, Filk und Vidding fokussiert waren und dass diese Gemeinschaften ihrerseits weitgehend aus weiblichen Fans bestanden, wurden jene Praktiken oft mit, vor und gegen eine feministische Linse als kritische feministische Gegenreaktionen auf eine nicht selten misogynen Medienkultur gelesen und gefeiert. Tatsächlich fand sich mit Seifenopernfans eine andere überwiegend weibliche Fancommunity, die zum Gegenstand eingehender Studien wurde (Harrington, Bielby; Baym). Andere Arbeiten konzentrierten sich auf spezifische Kultserien und ihre Fans: *Star Trek* und *Dr. Who* (Jenkins, Tulloch), *Babylon 5* (Lancaster) und *Star Wars* (Brooker).

Die nächste Generation von Wissenschaftlern stellte die Betonung auf Widerstand und Subversion in Frage. Fan-Sein sollte nun als natürlicher Aspekt menschlichen Handelns aufgefasst werden. Daher fand eine Abkehr vom zentralen Ethos des Fans als wider-

ständlerischem und subversivem Zuschauer statt, die das Feld der Fanforschung in den 1980er und 1990er Jahren dominiert hatte. In *Audiences* setzten Abercrombie und Longhurst Halls »incorporation-resistance paradigm« das »spectacle-performance paradigm« entgegen. Anstatt Rezeptionspraktiken der Fans als Teil einer sozialkritischen oder politischen Agenda zu identifizieren, zielte Abercrombie und Longhursts Herangehensweise auf das Verständnis von Rezeptionsverhalten als Bestandteil der alltäglichen Lebens- und Erfahrungswelt ab. In der Folge wurde nicht nur von der Auffassung abgerückt, Fans seien intrinsisch oppositionell und subkulturell, sondern ihre Zuordnung zu einer spezifischen sozialen Gruppe wurde in Frage gestellt.

Infolgedessen untersuchen Matt Hills' *Fan Cultures* und Cornel Sandvoss' *Fans* den Fan als individuelle Einheit beziehungsweise redefinieren Fans als eine spezifische Funktion des Individuums. Dieser Augenmerk auf individuellen Subjekten sowie auf der Art und Weise, in der Fanobjekte in der Vorstellung des Fans imaginiert werden, betonen, dass Fan-Sein als Funktion zu unterschiedlichen Zeiten und in unterschiedlicher Stärke eine Reihe von Objekten betreffen kann. Insbesondere Sandvoss' Arbeit stellt ein einzigartiges und personalisiertes Verständnis der Fans heraus, wo ein Fan sich primär durch die individuelle emotionale Beziehung zu einem bestimmten Text, einer Gruppe oder einer Idee konstituiert. Daraus resultierend lassen sich seine Beobachtungen und Schlussfolgerungen ebenso leicht auf Sport- wie auf Media-Fandoms applizieren, denn er ist mehr an den affektiven Investitionen des Individuums interessiert als an den Gemeinschaften, die sie bilden. In der Einleitung zu *Fandom* definieren Gray, Sandvoss und Harrington demzufolge die dritte Welle der Fanforschung als Abwendung von spezifischen Fangemeinschaften zugunsten einer Hinwendung der Disziplin zu grundlegenden Fragestellungen nach der Konzeption von Rezipienten und Rezeption an sich. Wahrscheinlich ist Jenkins' *Convergence Culture* die wichtigste Studie dieser dritten Welle, in der die vielgestaltigen Schnittstellen zwischen Produzenten und Zuschauern/Fans in den Blick genommen werden sowie die Funktion des Fans als idealtypischer Zuschauer diskutiert wird.

Dem entgegen möchte ich allerdings die dritte Welle der Fanforschung vielmehr als ein breites Spektrum von unterschiedlichen

Stimmen, Objekten und Herangehensweisen definieren. Hills' und Sandvoss' Fokus auf dem Fan als Individuum ist ebenso wichtig wie Jenkins' Beschreibung der Konvergenzkultur. Zur gleichen Zeit konzentrieren sich andere Forscher aber auf die Ausdrucksformen in spezifischen Fancommunities, deren Mitglieder oftmals stärker in ihre Beziehung untereinander eingebunden sind beziehungsweise in die Werke und Texte, die sie selbst innerhalb der Community erschaffen, als in ihren direkten Einfluss auf Produzenten oder das ursprüngliche Fanobjekt. Hellekson und Busse versammeln in *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet* eine Reihe von Wissenschaftlern, die sich zudem ihrerseits auch als aktive Fans verstehen, um exemplarische Texte und Fragestellungen innerhalb der Subkategorie der Media Fandoms zu diskutieren. Die Diversifikation möglicher Herangehensweisen an Fans sowie die beständig wachsende Menge an Forschungsarbeiten und -ergebnissen begünstigt Differenzen und Kontroversen: vom medienwissenschaftlichen Fokus (Gray) über marktwirtschaftliche Überlegungen zur Produktion (Johnson), zu digitalen Medien (Booth), von generellen Überblicksarbeiten zu Fans (Duffet) bis hin zu Studien zu Affekten (Zubernis, Larsen) und literaturwissenschaftlichen Verortungen von Fanfiction (Jamison). Zusammengenommen lässt sich anhand der beständig wachsenden Forschung im Bereich der Fan Studies die Vielgestaltigkeit der Fragestellungen in Bezug auf Fans abbilden sowie die Bedeutung und Relevanz der Fanforschung selbst herausstellen – in einem sich unablässig wandelnden Umfeld der Onlinepartizipation, der wachsenden Zuschauerbewusstheit der Medienindustrie und der ihrerseits beständig wachsenden, beständig mündiger werdenden Fankultur.

Konvergenzkultur

Gegenwärtig dreht sich die zentralste Debatte der Fan Studies um eine exakte Definition von Fans und Fandom. Fanforschung der ersten und – bis zu einem gewissen Grad – der zweiten Welle betrachteten vor allem isolierte Fancommunities und außerordentlich

aktive Fans. In der vergangenen Dekade sind Fanpraktiken allerdings im Mainstream angekommen, weil die Neuen Medien sowohl den Zugriff auf Medieninhalte als auch die Möglichkeiten zur Interaktion von Fans untereinander extrem erleichtert haben. Heutzutage laden Social-Media-Websites zu unmittelbaren Uploads und dem Teilen von Inhalten ein, so dass selbst Gelegenheitsnutzer problemlos nicht nur eigene Inhalte kreieren, sondern auch verbreiten können. Diverse Studien zu verschiedenen Online-Plattformen sowie zu ihren Auswirkungen auf Fancommunities liegen bereits vor: *LiveJournal* (Busse; Stein, Busse), Wikis (Mittell), *Second Life* (Stein), *Twitter* (Wood, Baughman) und *deviantART* (Noppe). Zwischenzeitlich hat auch die Medienindustrie die Wichtigkeit loyaler Zuschauer erkannt und umwirbt diese nun zunehmend und ganz gezielt mit Transmedia-Entertainmentangeboten und viralen Online-Marketingkampagnen. Gleichzeitig finden Fandoms, so unterschiedlich wie zu Spielen, Comics, Anime, Musik, Literatur, Stars und Sport zusammen und beeinflussen einander. Als Beispiele können *real person fiction* und Fantasy-Baseball dienen, wobei das eine Starkult und Fanfiction zusammenbringt und das andere schlussendlich narrative Elemente ins Sportfandom einführt. Das Image des Extremfans als subkultureller Identität wird somit zumindest teilweise von der Vorstellung überschrieben, Verhalten und Vorlieben von Fans ließen sich steuern und vermarkten, somit das Interesse an bestimmten Kulturprodukten vorsätzlich wecken oder lenken. In vierzig Jahren sind die Media Fandoms von einer Handvoll Frauen, die ihre Fanarbeiten untereinander teilen, zu einem Online-Phänomen angewachsen, das die Fans ins Rampenlicht der Marktforschung rückte – als ideale Zuschauer, *early adapters* und *adopters* neuester technischer Interfaces und als beispielhafte Schöpfer user-generierter Inhalte.

In *Convergence Culture* beschreibt Jenkins wie der mediale Wandel befördert, dass die immer stärker involvierten und aktiver partizipierenden Rezipienten in ihrem Verhalten stark an klassische Fanverhaltensweisen erinnern. Jenkins' Analyse zufolge ähneln die sich spontan bildenden neuen Rezipientengemeinschaften – sowohl mit als auch ohne das direkte Zutun der Medienindustrie – den Fangemeinschaften, die die frühen Fan Studies in den Blick genommen hatten. Im jüngeren *Spreadable Media*, das Jenkins in Zusammenarbeit mit Sam

Ford und Josh Green verfasste, wird gezeigt, wie sich die Medienindustrie dieser Verschiebungen im Rezipientenverhalten profitabel bedienen kann. Eine Folge dieser Konvergenzkultur ist daher die Notwendigkeit, »Fan« und »Fandom« vor den veränderten Bedingungen neu zu definieren. Viele der gegenwärtigen Debatten drehen sich um die Distinktion zwischen Fanidentität und Fanverhaltensweisen. Während sich für einige Fan-Sein aus bestimmten Verhaltensweisen konstituiert, ist für andere ein Gesamtethos mit dem Terminus konnektiert. Die Frage ist daher, ob Mitglieder eines Fandoms eine eigenständige Subkultur darstellen oder ob sie schlicht Konsumenten sind, die bestimmte Verhaltensweisen und Aktivitäten ausüben.

Einerseits identifizieren Fanforscher Fans als eine ganz spezifische Gruppe von Menschen, andererseits wird aber auch ein breites Spektrum an Verhaltensweisen aufgezeigt, wo Fans lediglich am extremen Ende eines Fandomkontinuums stehen. Fans werden daher entweder einfach als eine extreme Version der Zuschauer begriffen oder als Rezipienten, die sich mit Medien in unterschiedlicher Intensität auseinandersetzen, die bestimmten identitätspolitischen Ausprägungen gleicht. Indem die Fanstudien ihren Fokus auf Fans als subkulturellen Gruppen aufgeben, laufen sie Gefahr, bei ihren Untersuchungen sozial akzeptable Formen und Ausprägungen von Fandom zu privilegieren und weniger marktfähige oder attraktive zu ignorieren. Eingedenk der Ursprungsanliegen von Fan Studies, subkulturelle kreative Auseinandersetzungen mit Mainstream- und Kultmedien zu reflektieren, die untrennbar mit der Massenmedienproduktion und -industrie verzahnt sind, könnten sie in der Tat ihren kritischen und politischen Biss verlieren.

In gleichem Maße wie die Medienkonvergenz von Medienindustrie und Rezipienten die Lücke zwischen Hardcorefans und Gelegenheitszuschauern verkleinert, macht sie auch die Grenzen zwischen Profis und Amateuren permeabel. Der Transit vom Fanfiction-Schreiber zum professionellen Autor ist im Science-Fiction-Fandom nicht ungewöhnlich, insbesondere da viele bekannte Autoren ihre Karriere in Fanzines begonnen haben, aber das ausdrückliche Feiern von Autoren qua Fans ist jüngeren Datums. Die vergangenen ein bis zwei Jahrzehnte sind gekennzeichnet von einem Zelebrieren des Aufstiegs des Amateurfanboys zum Profi: Joss Whedon (*Buffy the*

Vampire Slayer, *Angel: The Series*), Russell T. Davies (*Dr. Who*), Steven Moffat (*Dr. Who*, *Sherlock*), um nur einige zu nennen. Zudem ist eine zunehmende Aktivität seitens der Fernsehsender, Serienproduzenten und sogar Schauspieler in Sozialen Netzen zu beobachten. Dort stellen sie nicht nur Inhalte für die Fans bereit, sondern bitten auch ganz konkret um von den Fans selbst kreierte Inhalte. In der gegenwärtigen Medienlandschaft sind Fans eine ständige Größe geworden, demzufolge rückt Fandom stärker in den Mainstream und wird in der Folge schwerer zu definieren. In einem Klima, das Fanpraktiken normalisiert und vermarktbarmacht, kann es auch schwieriger werden, die Fan Studies als Disziplin klar zu positionieren. Jüngere Debatten innerhalb der Fan Studies-Community – wie beispielsweise die von Jenkins moderierte Debatte auf seinem Blog (2011, siehe auch <http://acafanconvo.dreamwidth.org>) – zeugen von eben dieser Problematik und führen den Umfang an Meinungen und Perspektiven seitens der Forscher vor Augen.

Den Überblick über die wissenschaftlichen Publikationen innerhalb des Feldes zu behalten, gestaltet sich noch schwieriger. Noch vor zehn Jahren fand man nur auf wenigen Konferenzen höchstens zwei Sessions zu Fan Studies, mittlerweile haben sich dezidierte Konferenzen und Workshops etabliert, sowohl zu Fandom allgemein als auch zu spezifischen Filmen, Serien usw. und ihren dazugehörigen Fandoms. Während *Harry Potter* vor zehn Jahren Fandom in den Mainstream überführte und eine Welle von Veröffentlichungen mit sich brachte, die erotische Fanfiction im Internet gerade »entdeckt« hatten, sorgte der große Erfolg der *Twilight*-Fanfiction *Fifty Shades of Grey* für einen erstaunlich hohen Normalisierungsgrad von Fanfiction in der öffentlichen Wahrnehmung. Wissenschaftliche und populärwissenschaftliche Verlage erbeten und publizieren Arbeiten aus dem Feld der Fan Studies; mit *Transformative Works and Cultures* und *Journal of Fan Studies* gibt es zudem mindestens zwei wissenschaftliche *peer-reviewed*-Fachjournale, die sich ausschließlich den Fan Studies widmen.

Fandom transnational und transkulturell

Diese Materialfülle ließe annehmen, es sei leicht, wissenschaftliche Auseinandersetzungen mit nicht-englischsprachigen Fandoms und mit Fancommunities außerhalb von Nordamerika oder Großbritannien aufzuspüren. Ebenso möchte man erwarten, die Interaktion zwischen verschiedenen nationalen Fandoms sowie ihre gegenseitige Einflussnahme und Befruchtung müsse ein viel beachteter Forschungsgegenstand sein. Und doch scheint der Fokus oft überraschend kurzfristig, wenn es um Quellentexte und Fanpraktiken außerhalb des anglo-amerikanischen Raumes geht. Eine große Ausnahme bildet die kritische Auseinandersetzung mit der transnationalen und transkulturellen Rezeption sowie mit der Fanproduktion in asiatischen Fandoms wie Yaoi (*boys' love*-Manga), K-Pop und J-Pop (Ito, Okabe, Tsuji; Berndt, Kümmerling-Meibauer; Nagaïke, Suganuma). Obgleich der Fokus nach wie vor häufig auf anglo-amerikanischen Fans und Fantexten liegt, werden doch die asiatischen Ursprünge dieser Fandoms berücksichtigt – zum Beispiel unter linguistischen oder translatologischen Gesichtspunkten oder hinsichtlich der sich verändernden globalen Infrastrukturen, die solche transnationalen Fangemeinschaften überhaupt erst ermöglichen.

Im europäischen Kontext haben vor allen Dingen transnationale Sportfandoms, insbesondere Fußball, wissenschaftliche Aufmerksamkeit erhalten (*A Game of Two Halves*; Millward; Giulianotti, Robertson). Angesichts der intensiven nationalen Gefühle, die Sport insbesondere im Kontext internationaler Wettbewerbe und Turniere hervorrufen kann, scheint dies ein offensichtlicher Fokus. Und doch tritt dadurch der Mangel an medienwissenschaftlichen Veröffentlichungen zu europäischen Fandoms, transnationalen Interaktionen innerhalb Europas sowie zwischen Europa und anderen kulturellen Kontexten erst deutlich hervor. Ich bin sicher, dass mir einige entgangen sein müssen, aber im Falle von nationaler Fankultur in und ausgehend von Deutschland fallen mir nur sehr wenige Publikationen ein (Hellekson, Malone). Ich bin hoffnungsvoll, dass sich dies in den kommenden Jahren mit Publikationen wie dem vorliegenden Band und der bevorstehenden Veröffentlichung einer *TWC*-Sonderausgabe zu europäischen Fandoms ändern wird. Besieht man sich zudem die

Programme vergangener europäischer Fan Studies-Konferenzen, wird offenkundig, dass sich einiges zurzeit in Arbeit befindet und nur darauf wartet, publiziert zu werden.

Die Theoretisierung transkultureller Fandoms gewinnt an Komplexität: Während Jenkins 2004 transmediale Einflüsse noch spielerisch mit dem Etikett »pop cosmopolitanism« versah, adressieren seine neueren Schriften politisch-aktivistische und sozioökonomische Aspekte (Jenkins, Shresthova; Jenkins, Ford, Green). Zwei unlängst erschienene Essays (Annett; Chin, Morimoto), die sich spezifisch auf eine Theorie transnationaler Fandoms fokussieren, weisen darauf hin, dass sich dem Makroblick auf Fandom oftmals spezifische Faninteraktionen und die komplexen »affective affinities« (Chin, Morimoto 92), die in die individuelle Erfahrung transkultureller Fandoms eingebracht werden, entziehen oder gar vollständig gelöscht werden. Übertrage ich Chin und Morimotos Überlegungen auf meine eigene Biografie, erkenne ich zweifelsohne, dass tatsächlich »myriad contexts« (92) meine Identität als Fan prägen, dass sie gleichsam spezifisch wie universell ist. Obwohl ich nicht zwangsläufig die selbe Vorprägung habe wie ein anderer Fan – mittlerweile ebenso häufig aufgrund meines Alters wie aufgrund meiner nationalen Differenz – teilen wir doch unmittelbar die Liebe für ein bestimmtes kulturelles Artefakt. Oder nicht einmal das. Manchmal genügt bereits die verbindende Begeisterung für Fandom und Fan-Sein, die geteilte Leidenschaft für etwas, irgendetwas. Bestimmte ungeteilte Erinnerungen oder grundlegende Werke betreffend, mag mein eingangs beschriebenes Gefühl zutreffend sein, dass ich meinen »Stamm« nicht gefunden hatte – jedoch wird dies vom starken Gefühl des Nach-Hause-kommens übertroffen, als ich realisierte, dass da andere Menschen sind, die ebenso intensiv für einen Text Begeisterung empfinden können, die Stunden, Monate und Jahre damit verbringen können, über ein Werk zu debattieren, es zu analysieren und es zu erweitern. Aus diesem Zusammenspiel von der Begeisterung der Fans selbst für ein wie auch immer geartetes Fanobjekt einerseits und die Zuneigung gegenüber Fans und Fanpraktiken andererseits entsteht das Gefühl, das ich für mich als »Fanliebe« definiert habe.

Literatur

- Abercrombie, Nicholas und Brian Longhurst. *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. Thousand Oaks: Sage, 1998.
- Ang, Ien. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen, 1985.
- Annett, Sandra. Imagining Transcultural Fandom: Animation and Global Media Communities. *Transcultural Studies* 1.2 (2011): 164–188.
- Bacon-Smith, Camille. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1992.
- Baym, Nancy K. *Tune in, Log on: Soaps, Fandom, and Online Community*. Thousand Oaks: Sage, 2000.
- Berndt, Jaqueline und Bettina Kümmerling-Meibauer (Eds.). *Manga's Cultural Crossroads*. New York: Routledge, 2013.
- Bourdieu, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge and Kegan Paul, 1984.
- Booth, Paul. *Digital Fandom: New Media Studies*. New York: Peter Lang, 2010.
- Brooker, Will. *Using the Force: Creativity, Community, and Star Wars Fans*. New York: Continuum, 2002.
- Busse, Kristina. My Life is a WIP on My LJ: Slashing the Slasher and the Reality of Celebrity and Internet Performances. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Eds. Kristina Busse und Karen Hellekson, 207–224. Jefferson: McFarland, 2006.
- Certeau, Michel de. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press, 1984.
- Chin, Bertha und Lori Hitchcock Morimoto. Towards a Theory of Transcultural Fandom. *Participations* 10.1 (2013): 92–108.
- Duffet, Mark. *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. London: Bloomsbury Academic, 2013.
- Fish, Stanley. *Is there a Text in this Class? The Authority of Interpretive Communities*. Cambridge: Harvard University Press, 1980.
- Fiske, John. *Reading the Popular*. New York: Routledge, 1989.
- Gray, Jonathan. *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York: New York University Press, 2010.
- Gray, Jonathan, Cornel Sandvoss und C. Lee Harrington (Eds.). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York: New York University Press, 2007.
- Giulianotti, Richard und Roland Robertson. Sport and Globalization: Transnational Dimensions. *Global Networks* 7.2 (2007): 107–112.
- Hall, Stuart. Encoding/decoding. *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, 1972–79. Eds. Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe und Paul Willis, 128–138. London: Hutchinson, 1991.

- Harris, Cheryl und Alison Alexander (Eds.). *Theorizing Fandom: Fans, Subculture, and Identity*. Cresskill: Hampton Press, 1998.
- Harrington, C. Lee und Denise Bielby. *Soap Fans: Pursuing Pleasure and Making Meaning in Everyday Life*. Philadelphia: Temple University Press, 1995.
- Hebdige, Dick. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen, 1979.
- Hellekson, Karen. Creating a Fandom via YouTube – Verbotene Liebe and Fansubbing. *New Media Literacies and Participatory Popular Culture Across Borders*. Eds. Bronwyn T. Williams und Amy A. A. Zenger, 130–192. New York: Routledge, 2012.
- Hellekson, Karen und Kristina Busse (Eds.). *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Jefferson: McFarland, 2006.
- Hills, Matt. *Fan Cultures*. New York: Routledge, 2002.
- Hobson, Dorothy. *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*. London: Methuen, 1982.
- Horkheimer, Max und Theodor W. Adorno. *Dialectic of Enlightenment*. New York: Continuum, 1993.
- Iser, Wolfgang. *The Act of Reading: A Theory of Aesthetic Response*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1978.
- Ito, Mizuko, Daisuke Okabe und Izumi Tsuji. *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*. New Haven: Yale University Press, 2012.
- Jamison, Anne (Ed.). *Fic: Why Fanfiction is Taking over the World*. Dallas: Smart Pop Books, 2013.
- Jauss, Hans Robert. *Toward an Aesthetic of Reception*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1982.
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.
- Jenkins, Henry. Pop Cosmopolitanism: Mapping Cultural Flows in an Age of Media Convergence. *Globalization: Culture and Education in the New Millennium*. Eds. Marcelo Suárez-Orozco und Desirée Quin-Hilliard. 114–140. Berkeley: University of California Press, 2004.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.
- Jenkins, Henry und David Tulloch. *Science Fiction Audiences: Watching Star Trek and Doctor Who*. New York: Routledge, 1995.
- Jenkins, Henry, Sam Ford und Joshua Green. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press, 2012.
- Jenkins, Henry und Sangita Shresthova (Eds.). *Transformative Works and Cultures* 10, special issue ›Transformative Works and Fan Activism‹ (2012).
- Johnson, Derek. *Media Franchising: Creative License and Collaboration in the Culture Industries*. New York: New York University Press, 2013.

- Lancaster, Kurt. *Interacting with Babylon 5: Fan Performances in a Media Universe*. Austin: University of Texas Press, 2001.
- Lewis, Lisa A. (Ed.). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge, 1992.
- Malone, Paul M. 2013. Transplanted Boys' Love Conventions and Anti-Shota Polemics in a German Manga: Fahr Sindram's Losing Neverland. *Transformative Works and Cultures* 12, special issue ›Transnational Boys' Love Fan Studies‹ (2013).
- McRobbie, Angela. *Feminism and Youth Culture*. New York: Routledge, 1991.
- Millward, Peter. *The Global Football League: Transnational Networks, Social Movements and Sport in the New Media Age*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2011.
- Mittell, Jason. Sites of Participation: Wiki Fandom and the Case of Lostpedia. *Transformative Works and Cultures* 3 (2009).
- Morley, David. *The ›Nationwide‹ Audience: Structure and Decoding*. London: BFI, 1980.
- Nagaike, Kazumi und Katsuhiko Suganuma. *Transformative Works and Cultures* 12, special issue ›Transnational Boys' Love Fan Studies‹ (2013).
- Noppe, Nele. Social Networking Services as Platforms for Transcultural Fannish Interactions: deviantART and pixiv. *Manga's Cultural Crossroads*. Eds. Jaqueline Berndt und Bettina Kümmerling-Meibauer, 153–159. New York: Routledge, 2013.
- Penley, Constance. Feminism, Psychoanalysis, and the Study of Popular Culture. *Cultural Studies*. Eds. Lawrence Grossberg, Cary Nelson und Paula A. Treichler, 479–500. New York: Routledge, 1992.
- Penley, Constance. *NASA/Trek: Popular Science and Sex in America*. New York: Verso, 1997.
- Radway, Janice. *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984.
- Sandvoss Cornel. *A Game of Two Halves: Football, Television and Globalization*. London: Routledge, 2003.
- Sandvoss Cornel. *Fans: The Mirror of Consumption*. Cambridge: Polity Press, 2005.
- Schimmel, K. S., C. Lee Harrington und Denise Bielby. Keep Your Fans to Yourself: The Disjuncture Between Sport Studies and Pop Culture Studies' Perspectives on Fandom. *Sport in Society* 10 (2007): 580–600.
- Stein, Louisa Ellen. Playing Dress-Up: Digital Fashion and Gamic Extensions of Televisual Experience in Gossip Girl's Second Life. *Cinema Journal* 48.3 (2009): 116–122.
- Stein, Louisa Ellen und Kristina Busse. Limit Play: Fan Authorship between Source Text, Intertext, and Context. *Popular Communication* 7 (2009): 192–207.

- Tompkins, Jane (Ed.). *Reader-Response Criticism: From Formalism to Post-Structuralism*. Baltimore: Johns Hopkins Press, 1980.
- Wood, Meghan und Linda Baughman. Glee Fandom and Twitter: Something New, or More of the Same Old Thing? *Communication Studies* 63 (2012): 328–344.
- Zubernis, Lynn und Katherine Larsen. *Fandom at the Crossroads: Celebration, Shame and Fan/Producer Relationships*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2012.

Brieffreundschaften, Tauschökonomien und Fanfotografie am Vorabend der digitalen Revolution: Take That- Fans zwischen 1990 und 1996

Anja Löbert

In der ersten Hälfte der 1990er Jahre schickten junge weibliche Take That-Fans einander handgeschriebene Briefe und Päckchen um den Globus. In ihrem selbstgeschaffenen analogen *worldwide web* tauschten sie Poster, Artikel, Radio- und Fernsehinterviews, selbstgeschossene Fotos von Take That und von Hand gebastelte »Friendship Books« (nachfolgend abgekürzt als FBs), ihr szeneeigenes Vernetzungstool. Täglich fanden diese Mädchen nach der Schule solche Briefe in ihrem Postkasten.

I used to have about 50 penpals and I received about 10 letters per week. The envelopes were always overloaded with photos, clippings, fbs, little paper gifts. We mainly chatted about the band but with some of my penpals I used to share all the joys and sorrows of my daily life as well. Every time a new postman arrived, he always had some problems to find my letter box, as the surname on the envelopes was »Owen«, not mine! [Anm. d. Autorin: Mark Owen ist ein Mitglied von Take That]. (Anna B., Fan aus Italien).

Von Anfang an war ich fasziniert von der Kreativität, mit der die Briefe und FB's gestaltet waren. Man versuchte, alles so schön wie möglich zu schreiben, zu malen, sogar zu verpacken. Es gab richtige Künstler und ich hatte großen Spaß am Gestalten. Mit einigen »Freunden« wurde der Kontakt enger und über das Thema »Take That« hinaus lernte man das »echte Leben« hinter der Person kennen. (Kathrin H., Fan aus Deutschland).

Der vorliegende Beitrag bietet erstmals einen Einblick in diese bisher unerforschte, mit dem digitalen Zeitalter ausgestorbene, Offline-

Fanpraxis und beleuchtet, inwieweit die Take That-Fans der ersten Stunde, zwischen 1990 und 1996, eine innovative, kreative und höchst produktive Fangemeinde bildeten.

Dazu stelle ich hier die Ergebnisse einer von mir zwischen 2010 und 2011 durchgeführten Umfrage unter 438 Teilnehmerinnen dieser Szene vor, die darin über ihre damaligen Aktivitäten als jugendliche Take That-Fans befragt wurden. Diese statistische Untersuchung wurde im Rahmen einer von mir in Zusammenarbeit mit der University of Salford kuratierten Ausstellung mit dem Titel »Fan Networks in the Predigital Age: Take That Fans between 1990 and 1996« durchgeführt, die zwischen dem 2. und 28. Juni 2011 in der Kraak Gallery in Manchester, England, stattfand.¹

Der vorliegenden Beitrag zeigt, wie diese Fangemeinde, parallel zur offiziellen Kulturindustrie, an der sie auch partizipierte und deren Produkte sie auch konsumierte, eine szeneeigene Tauschökonomie bildete, die sich nahezu unabhängig von der Offizialkultur reproduzierte. Die wertvollste Währung innerhalb der Szene waren dabei keine kommerziell verfügbaren Produkte, wie etwa Poster, Sticker oder Zeitschriftenartikel aus Teeniemagazinen, sondern sogenannte »Offstage«-Fotos von Take That, deren Produzentinnen die Fans selbst waren. Es handelt sich dabei um Schnappschüsse, die die Band bzw. ihre Mitglieder in und vor Hotels, vor Radio- und Fernsehstudios und sogar vor ihren Privathäusern zeigen. Damit eignet sich die Take That-Fangemeinde ganz besonders dazu, zu illustrieren, inwiefern Boygroupfans ihr Interesse am Primärtext »Take That« in eine kreative, produktive und selbstbestimmte Aktivität wandeln und sich den Text entsprechend ihrer konkreten Bedürfnisse aneignen.

Im Folgenden werde ich zunächst die Merkmale der deutschen Teilgruppe der global agierenden Take That-Brieffreundschaften vorstellen, bevor ich das zentrale szeneeigene Vernetzungstool, die FBs vorstelle, die zeigen, inwieweit es die Szene verstand, sich von der kommerziellen Offizialkultur unabhängig zu machen. Daraufhin thematisiere ich den Kontrast der hier vorgestellten Offline-Tauschökonomie zur heute online vorherrschenden *gift economy* (Hellekson; Scott). Die Regeln, denen die Tauschökonomie der Take That-Fans

1 www.fan-networks-exhibition.org.

folgte, lassen sich besonders gut am Beispiel des beliebtesten Tauschmaterials, den Offstage- bzw. Backstage-Fotos, illustrieren. Daher wird sich ein Unterkapitel mit der Bedeutung dieser Bilder befassen. In der Popularität und den, wie wir sehen werden, strengen Auflagen und Ansprüchen an diese Tauschware sowohl seitens ihrer Produzentinnen («No copies, please!») als auch ihrer Rezipientinnen (die möglichst nur Originalfotos, keine abfotografierten »Fakes« erhalten wollten), kommt einerseits das für Fans typische Bedürfnis nach Intimität zum Objekt ihres Fandoms (Take That) zum Ausdruck, andererseits aber auch der Wunsch nach der Verwaltung und Limitierung dieser Intimitätserfahrung. Entsprechend wird sich ein Abschnitt mit den Urheberrechtsansprüchen und der »Non-Gift-Economy« innerhalb der Szene beschäftigen. Abschließend scheint es für einen Beitrag, der sich mit einer Offline- bzw. vordigitalen Fankultur befasst, die sich über heute altmodisch erscheinende Brieffreundschaften organisierte, fruchtbar, einen Blick auf die Änderungen zu werfen, die sich mit der digitalen Revolution für die Organisation und Kommunikation dieser Take That-Fangemeinde ergeben haben.

Von Interesse für diesen auf Deutschland fokussierten Sammelband ist diese Fangemeinde nicht zuletzt deshalb, da sie in Deutschland ganz besondere Verbreitung fand. Der deutsche Markt für Popmusik war von jeher von besonderer Affinität für Boygroups geprägt. »In Deutschland gibt es für Boygroups den größten und damit interessantesten Markt in Europa. [...] ausländische Boygroups werden teilweise von Anfang an für den deutschen Markt konzipiert (z.B. Backstreet Boys, N Sync)« (Vatterrodt 33). Diese Popularität lässt sich auch anhand der wissenschaftlichen Auswertung innerhalb Deutschlands abbilden. Anders als ihre anglophonen Kollegen haben deutsche Musik- wie Medienwissenschaftler die Phänomene Boygroups und Boygroup-Fandom schon seit ihrer Blüte Mitte der 1990er Jahre als besonders erörterungswert erachtet (zum Beispiel Diekmann; Jendro; Weyrauch; Fritzsche). Gleichwohl die Fan Studies im anglophonen Raum bekanntlich fortgeschrittener sind als im deutschen, lassen sich dort bis dato so gut wie keine wissenschaftlichen Publikationen zum Thema *boy band fandom* finden.

Take That-Brieffreundinnen: Deutschland²

Deutsche Take That-Fans konstituierten mit 35 Prozent (152 Befragte) die größte Teilgruppe der vorliegenden Umfrage, und 64 Prozent aller Befragten gaben an, Brieffreundinnen aus Deutschland gehabt zu haben. Trotz des international angelegten Designs meiner Untersuchung lohnt es sich daher also, einen gesonderten Blick auf die deutsche Stichprobe zu werfen. Durchschnittlich schrieb sich ein deutsches Mitglied der »Penpal«-Szene mit 25 Brieffreundinnen. Diese Kennziffer stimmt exakt mit der internationalen Gesamtstichprobe überein. Die deutschen Penpals können damit als typisch und repräsentativ für die Szene angesehen werden.

Die Szene der Take That-Penpals war ein exklusiv weiblicher Raum. Gut 99 Prozent der deutschen Befragten identifizierten sich mit dem weiblichen Geschlecht. Sie gaben ihrerseits an, 98 Prozent ihrer Brieffreunde seien auch weiblichen Geschlechts gewesen. Im Durchschnitt erhielten die deutschen Mädchen acht Briefe pro Woche (internationale Stichprobe: 9). Drei deutsche Ausreißer lagen bei 50 Briefen pro Woche, weniger als die Extremfälle der internationalen Stichprobe, die allein in einer Woche 60, 120 und 200 Briefe aus ihrem Briefkasten fischten.

Das folgende Diagramm (Abb. 1) zeigt, aus welchen Ländern die Brieffreundinnen kamen, mit denen deutsche Take That-Fans sich austauschten. Wie leicht zu erkennen ist, handelt es sich keineswegs um eine Gleichverteilung, sondern es werden ganz starke Präferenzen bzw. Ränge ersichtlich, die eher an eine Zipfverteilung erinnern.

² Der deutsche Fragebogen findet sich unter folgendem Link www.fan-networks-exhibition.org/survey.

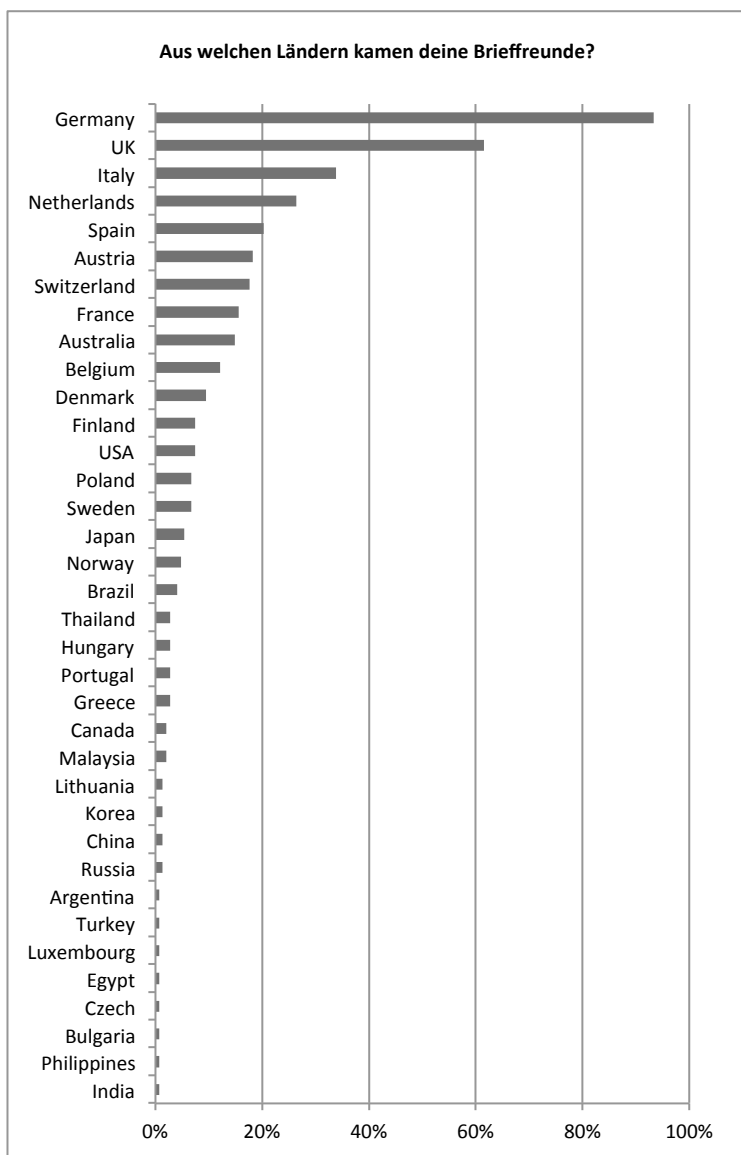


Abb. 1: Länderverteilung der Take That-Penpals deutscher Fans

Zwar waren deutsche Take That-Brieffreundinnen stark global und interkulturell ausgerichtet – mit Penpals auf jedem Erdkontinent, Afrika ausgenommen – doch neun der Top-Ten-Länder befanden sich innerhalb Europas. Dieser Umstand wird nachvollziehbar, wenn man bedenkt, dass die Hauptmotivation für die Pflege von Take That-Brieffreundschaften darin bestand, Take That-Material wie Poster, Artikel, Fotos, Radio- und Fernsehinterviews zu tauschen. Dazu mussten Take That in dem jeweiligen Land mindestens aktiv und medial präsent sein. Die obige Verteilung kann daher denkbar als Spiegel für die Popularität und Sichtbarkeit der Band in den jeweiligen Ländern gelesen werden. Deutschland mag hier zusätzlich auf dem ersten Platz gelegen haben, da es für deutsche Fans weniger voraussetzungsreich war, sich auf Deutsch zu schreiben, denn der transnationale Kontakt (abgesehen von Österreich und der Schweiz) spielte sich ansonsten ausschließlich auf Englisch ab.

FBs – Szeneeigene Werkzeuge der Netzwerkbildung

Die Fanggemeinde der Take That-Penpals fand und organisierte sich primär über drei Wege: Annoncen in Jugendzeitschriften, persönliche Begegnungen (z.B. bei Konzerten) und FBs (Abb. 2). FBs sind hier von ganz besonderem Interesse, da sie szeneneigene Innovationen darstellen, die der Fanggemeinde eine nahezu völlige Unabhängigkeit von kommerziellen Plattformen boten. Bei ihnen handelte es sich um eine getackerte Ansammlung von fünf bis zehn Seiten Papier, mal zigarettenschachtelgroß, mal in A5. Eine ambitionierte Briefeschreiberin erstellte ein FB, notierte dabei Name, Adresse, Alter, Take That-Liebling, sonstige Interessen, Lieblingsbands, Hobbies, Tauschwünsche etc. und dekorierte das Ganze in möglichst individueller, attraktiver Weise. Dann sendete sie das Heftchen an eine Brieffreundin, die ihren Eintrag ebenso hinterließ und das FB ihrerseits weiterleitete. Erhielt man eines, das ein besonders ansprechendes Profil enthielt, schrieb man einen Brief an die entsprechende Person, in der Hoffnung, dass sich daraus eine Brieffreundschaft entwickelte.

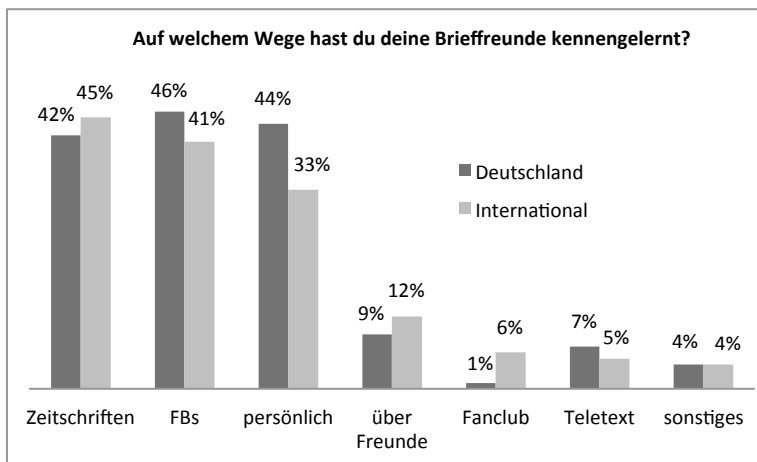


Abb. 2: Wege der Kontaktaufnahme der Penpals

Der Eintritt in die Szene geschah jedoch vielfach – neben den persönlichen Begegnungen – über die Wege der Konsumkultur. Jugendzeitschriften wie *Bravo*, *Popcorn*, *Pop Rocky* sowie Sonderhefte wie *Take That Official* oder *Take This* veröffentlichten jeweils Treffpunkt-Ecken oder Rubriken wie »Dies & Das«, in denen Fans annoncierten, wenn sie Brieffreunde suchten oder Material von einem Star zu tauschen hatten. Eine solche Annonce las sich in der *Take That Official* etwa wie folgt:

Jennifer Ernst: I'm from Germany and I want tons of foreign Take That penpals. I hope TT Official will be there forever. Please don't leave me alone with my fever and no penpals! [Adresse] (41).

Schrieb man diesen und wurde durch eine Antwort in die Szene aufgenommen – was im Übrigen gar nicht so einfach war, denn auf diese Anzeigen reagierten oft hunderte von Fans – so erhielt man per Brief auf diesem Wege oft einen Stapel FBs. Durch dieses szeneneigene Vernetzungstool konnten die Mitglieder der Szene nun neue Penpals akquirieren, ohne dabei auf Teeniezeitschriften angewiesen zu sein. Das bedeutet auch, dass die Szene sich unabhängig von der kommerziellen Medien- und Kulturindustrie reproduzierte. So beschreibt Penpal Anna Boffa:

I was crazy about FBs. The first time I found one in a letter I thought it was a super invention, as I was sick of writing to fans, whose address was published on the magazines, without getting any reply.

FBs boten den Briefeschreiberinnen allein durch ihre massenhafte Verbreitung auch eine größere Auswahl an potenziellen Brieffreunden. Darüber hinaus war man durch ihr handgefertigtes, selbst-dekoriertes Erscheinungsbild eher in der Lage, dem Gegenüber einen mehrdimensionalen Eindruck von sich selbst zu übermitteln oder, umgekehrt, von diesem zu gewinnen.

Um diese Fanpraxis in Zahlen zu fassen: 74 Prozent der deutschen Take That-Brieffreundinnen (international: 65 Prozent) füllten diese zusammengetackerten Heftchen aus und schickten sie an Penpals weiter. Durchschnittlich 26 FBs füllte ein deutsches Mitglied der Szene pro Monat aus (international: 18). Den deutschen Teil der Szene kennzeichnet demnach eine besondere Affinität zu diesem Medium, was ein weiterer Indikator für das überdurchschnittlich hohe Interesse deutscher Take That-Fans an neuen (nationalen und internationalen) Tauschkontakten sein könnte.

Zusammenfassend erfüllten FBs mindestens vier Funktionen. Erstens stellten sie eine Plattform dar, über die Fans neue, auf sie passende Brieffreundinnen akquirieren konnten. Danach gefragt, was für Penpals die Mädchen in den FBs damals ganz besonders suchten, antworten sie beispielsweise: »only long letter writing and heavy swapping fans, especially Gary fans«, »people who were my age and liked similar things«, »people who saw a lot of the lads and had gossip« oder »Mark/Jason fans who loved reading books (literature), were interested in meditation, travelling and/or nature«. Da das Tauschen ein so wichtiger Bestandteil der Szene war, wurden FBs zweitens dazu genutzt, um zu annoncieren, was genau man suchte und anzubieten hatte. So konnte der Empfänger eines FBs sehr schnell ausloten, wer ein geeigneter Brief/Tauschfreund sein konnte und wer nicht. Drittens waren FBs ein wichtiges »Szenebarometer«. Die Eintragenden listeten darin oft ihre aktuellen Hobbies oder Lieblingsgruppen auf, ähnlich vielleicht der Funktion die heute *Last.fm* oder *Amazon* erfüllen, wenn es heißt »others who bought this item were also interested in...«. Solche geschmacklichen Kundgebungen gaben dem FB-Klientel eine Ahnung davon »Was läuft in meiner Szene so?

Worauf stehen meine Peers derzeit?« Viertens galten FBs als eine Plattform für Kreativität, individuellen Ausdruck und Selbstinszenierung. Während manche Einträge eher unspektakulär anmuteten, nutzten andere FB-Autoren ihren Platz auf dem Papier, um kleine Kunstwerke zu fabrizieren und damit ihren ureigenen Abdruck in der Szenewelt zu hinterlassen. Zu ihrem unbedingten Equipment zählten dabei Kleber, durchsichtiges Klebeband, Buntstifte, Gel- und Glitzerpens, Glitter, Plusterfarben und Blow-Pens, erhältlich im Schreibwarenladen. Bilder, Aufkleber und Muster für den Hintergrund des FB-Profils sammelten sie aus Zeitschriften. Solche Künstlerinnen unter den FBlern suchten oft gar keine Brieffreundinnen mehr (zu erkennen an dem Kürzel »SNNP« – *sorry no new pals*). Ihr Eintrag war Ausdruck reiner Freude am kreativen Schaffensprozess.

Durch den nur sehr begrenzten Platz, der auf den FB-Seiten zur Verfügung stand, etablierte sich eine eigene FB-Sprache, die den Szenecharakter dieser Community noch verstärkte. Dieser Slang konnte etwa so klingen »♥s: Take That 2 death spesh me cheeky chap Bob. Seen/met/touched/phoned... TT tonz + Rob in 1997! Ova 400 ♥ly TT pix 2 swap. A/A only 2 all TT pix swappers! Need mo' new pallees, so W/R/S!«

Zuletzt sei bemerkt, dass solche FBs (und ihre Variationen »Slams«, »Crams« und »Decos«) keinesfalls auf die Take That-Szene begrenzt waren, sondern auch in der Indie-, Gothic- und Alternative-Szene kursierten. Ebenso sind mir seinerzeit aus dem amerikanischen Kulturraum FBs in die Hände gefallen, die dort zwischen Hausfrauen und Müttern die Runde machten, die keiner speziellen Fanszene anzugehören schienen.

Tauschökonomie vs. *gift economy*

Eine zentrale Komponente innerhalb der Szene war das Tauschen von Take That-Material (Abb. 3). Nur 2,1 Prozent der deutschen Stichprobe (international: 1,4 Prozent) gaben an, rein gar nichts getauscht zu haben. Die folgende Grafik illustriert, wie populär die unterschiedlichen Tauschmaterialien unter den Penpals waren.

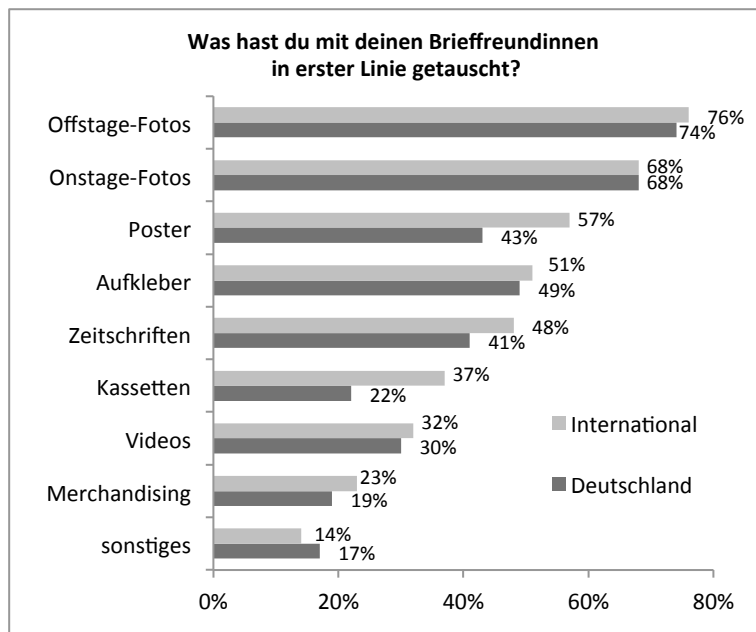


Abb. 3: Verteilung der häufigsten Tauschmaterialien unter Fans

Poster, Aufkleber, Zeitschriften, Kassetten (oft mit Radiointerviews) sowie Videos (Fernschaulauftritte) waren bei den Fans beliebt, weil sie von Land zu Land unterschiedlich waren. Viele Mitglieder der Szene buhlten um Kontakte in anderen Ländern Europas oder der Welt, in denen Take That medial präsent waren, um dadurch an neues Material über die Band heranzukommen und gegen Material aus dem eigenen Land zu tauschen.

Dabei strukturierte sich diese Fangemeinde dezidiert nicht als eine *gift economy*, wie sie heute im Kontext der Online-Fancommunities verbreitet ist und verstanden wird (Hellekson), sondern als eine Community, die mehrheitlich über Tauschhandel funktionierte, also eine Tauschökonomie. Dieses Merkmal der Szene wird an der Tauschware der Offstage-Fotos ganz besonders deutlich, indem nämlich die Produzenten der Fotos ihre Brieffreunde explizit darauf hinwiesen, diese Bilder nicht weiterzugeben oder zu vervielfältigen.

Wie Abb. 3 sehr gut zeigt, stellten diese Offstage-Fotos alle anderen Tauschmittel an Beliebtheit in den Schatten. Diese wertvollste aller Währungen innerhalb der Szene ist im Kontext der Fan Studies deshalb von besonderem Interesse, weil dieses Gut nicht kommerziell verfügbar war. Backstage-Fotos waren selbstgemacht, und zwar von Fans, die der Band physisch nahe gekommen waren.

Um herauszukristallisieren, ob diese Bilder tatsächlich so beliebt waren wie vermutet, stellten wir auch die dichotom konstruierte Frage »Wenn du dich entscheiden müsstest, über welche Tauschsache hast du dich dann am meisten gefreut?« (Mehrfachantworten waren hier nicht möglich, d.h. die Befragten waren gezwungen, eine Wahl zu treffen), antworteten 56 Prozent der deutschen Penpals (international: 45 Prozent): Offstage-Fotos von Take That. Auch hier rangierten diese Bilder also auf dem ersten Platz. Die deutsche Take That-Szene war in signifikanter Weise begeisterter von Offstage-Fotos als die internationale Gesamtstichprobe. Deutsche Brieffreunde besaßen im Durchschnitt 545 Offstage-Fotos (international: 351). Dieses erhöhte Interesse an selbstgeschossenen Fotos von Take That könnte auch die oben erwähnte besondere Affinität der Deutschen zum Netzwerkmedium der FBs erklären.

Fanfotografie, Intimität und symbolisches Kapital

Der Begriff Offstage-Fotos wurde von Mitgliedern der Szene zur Bezeichnung von Schnappschüssen von Take That verwendet, die die Fans selbst außerhalb der Konzertsituation anfertigten, etwa in und vor Hotels, vor Backstage-Eingängen, Fernseh- oder Radiostudios oder auch vor den privaten Wohnhäusern der Bandmitglieder. Die Befragten unserer Umfrage beschreiben ihre Faszination mit diesen Backstage-Fotos wie folgt:

I have to say that I really looooooooooove to swap offstage photos because it allowed me to see a part of the boys that you couldn't see on stage or in interviews. For me it was the real life. I always had that feeling. You could see them getting in touch with fans, how they reacted in

front of them or just to see them being spontaneous with fans. (Eve, Spanien).

Im Prinzip war es das Ziel, selbst schöne Offstage-Fotos zu schießen und diese dann mit anderen gegen Offstage-Bilder zu tauschen. Ich denke, dahinter stand der Wunsch, in das »wirkliche« Leben der Jungs zu blicken. Man hatte durch die Bilder das Gefühl, wenigstens für einen kurzen Moment in das »Privatleben« zu blicken. Am schönsten war es, wenn die Fotos direkt von den Brieffreundinnen selbst geschossen wurden und eine »Geschichte« dahinter steckte. Tausend Mal »Bild-vom-Bild«-kopierte Bilder waren praktisch wertlos. (Kathrin, Deutschland).

Kathrin spricht in ihrer Antwort einen wichtigen Punkt an. Aufgrund des massiven Gefälles zwischen Angebot und Nachfrage dieser seltenen »real life«-Fotos, begannen Fans, die Take That nie leibhaftig getroffen hatten, die Originalaufnahmen anderer Fans zu kopieren, denen dies gelungen war. Um das Gefälle in Zahlen auszudrücken: Während 74 Prozent der deutschen Penpals (international: 76 Prozent) Offstage-Fotos sammelten, hatten nur 21 Prozent der deutschen Szene Take That überhaupt persönlich getroffen (international: Prozent) und dabei Fotos gemacht. Noch weniger, nämlich nur elf Prozent (international: 18 Prozent), brachten ihre Originalaufnahmen überhaupt in der Szene in Umlauf (der Rest behielt sie für sich). Dieser geringe Anteil verwundert nicht, wenn man sich vor Augen führt, wie voraussetzungsreich so eine Take That-Jagd für einen Teenager war: Ein Fan musste es sich leisten können, der Band hinterher zu reisen, musste schulfrei und die Erlaubnis der Eltern haben sowie über Insiderwissen und Connections verfügen, um die Band überhaupt aufzuspüren. Nur ein kleiner Kreis erfüllte diese Voraussetzungen. Dieser war es, der folglich die riesige Fototauschszene mit den heiß umworbenen Originalfotos versorgte.

Wollte ein Mädchen Fotos tauschen, obwohl sie nicht über selbstgemachte Bilder verfügte, konnte sie von den per Post erhaltenen Originalaufnahmen ihrer Penpals in der Drogerie sogenannte Bild-vom-Bild-Abzüge anfertigen lassen. Eine weitere Möglichkeit der Reproduktion eines Originalfotos durch Nicht-Urheber bestand darin, Fotos selbst abzufotografieren und somit an begehrte Negative zu kommen, die sich dann im Fotoladen erheblich günstiger nachbe-

stellen ließen als Bild-vom-Bild-Abzüge (Kosten: ca. 1,20 DM pro Bild).

Der Haken an dieser Vorgehensweise war, dass Kopien, und besonders Kopien von Kopien, in der ästhetischen Wertschätzung der Szene als minderwertige Tauschware galten. Die meisten Fans waren primär an Originalen interessiert. Nur an ihnen haftete der Beleg dafür, dass die Brieffreundin leibhaftig vor Take That gestanden hatte (siehe Kathrins Kommentar oben: »Am schönsten war es, wenn die Fotos direkt von den Brieffreundinnen selbst geschossen wurden und eine ›Geschichte‹ dahinter steckte«). Wie John Durham Peters in seinem Aufsatz *Witnessing* über den Unterschied zwischen Kopie und Original erklärt:

»Being there« matters since it avoids the ontological depreciation of being a copy. The copy, like hearsay, is indefinitely repeatable; the event is singular, and its witnesses are forever irreplaceable in their privileged relation to it. (Peters 718).

Mit dem Kulturtheoretiker Walter Benjamin lässt sich auch sagen, dass dem Originalfoto eine »Aura« anhaftete. Eine Aura, die mit jedem neuen Kopiervorgang verloren ging. Das Foto – jetzt ein Replikat oder ein Replikat eines Replikats – verfiel im Wert. Dies wird auch von anderen Mitgliedern der Szene so beschrieben, wenn sie auf die Frage, was genau ein »schlechtes« Foto ausgemachte, antworteten:

Wenn die fotos einfach nur noch dunkel waren, was daran lag das man die bilder zu oft von bild zu bild nachgemacht hat. (Fragebogennummer 102).

ich fand sie doof wenn sie schon 1000mal abfotografiert wurden. (112).

schlechte Qualiät [sic], dunkel, verwackelt, schon tausend mal nachgemacht, Bilder, die man schon oft gesehen hat und die jeder schon hat und nichts besonderes sind. (30).

Dies wirft natürlich die Frage auf, warum gerade originale Offstage-Fotos, so begehrt waren. Welche Bedeutung haftete ihnen an? Und warum spielen Faktoren wie »Echtheit«, »Authentizität« und »Originalcharakter« der Fotos überhaupt eine Rolle? Die Antwort ist meines Erachtens in dem zentralen Bedürfnis der Fans nach Nähe zu ihren

Stars zu sehen. Mark Duffett unterscheidet vier Dimensionen von Intimität im Zusammenhang mit *celebrity following*:

First, there are *communal feelings* that fans hold as they form bonds with each other through, for example, pen pal letters and in online forums. Second, there is each *star's performance of intimacy* (such as, whispers, sighs, tweets, close ups, confessions and asides). Third, is the clear evidence of a *fannish desire for intimacy* reflected in wanting to get closer and know more about one's star and a yearning for a real encounter. Fourth, there are each *fan's performed solicitations of intimacy*: gestures aiming to attract the attention of their object (for example, sending tweets, fan mail, photographs and gifts such as fan art). (*Celebrity*).

»Real life«-Fotos erlauben auch Fans, die Take That niemals selbst begegnet sind, die Erfüllung dieses »fannish desire for intimacy«. Sie sind Stellvertreter für eine wahrhaftige Begegnung mit der Band – ein stellvertretender Backstage-Pass sozusagen – und damit höchst aufgeladen mit Authentizitätsansprüchen und Echtheitserwartungen. Nur einem Originalfoto haftet diese Aura an, die die nächstbeste Alternative zum Selbst-Dabei-Gewesen-Sein ist.

Doch in demselben Maße in dem die dankbaren Fotorezipientinnen mit diesen Take That-Schnappschüsse ihren Wunsch nach Nähe zur Band befriedigten, versuchten diejenigen Brieffreundinnen, die die Szene mit Bildern von ihren Prominentenjagden versorgten, dieses kostbare Fan-Gut »Intimität« zu verwalten und zu limitieren. Dies taten sie über die Kennzeichnung ihrer Urheberrechte auf den Fotos.

Urheberrechtsansprüche und »Non-Gift-Culture«

In dem Bestreben, ihre Urheberrechte kenntlich zu machen, gingen viele Fotoproduzentinnen dazu über, die Aufforderung »No copies!« oder »Do not copy!« auf die Rück- oder Vorderseite ihres Fotos zu schreiben. Das Abfotografieren/Kopieren und Weiterversenden authentischer Bilder gegen den Willen der Urheberin galt als ein derber Vertrauensbruch innerhalb der Szene, in dessen Folge man »ab-serviert« werden konnte oder riskierte, in Verruf zu geraten und damit nicht mehr als Tauschpartnerin in Frage zu kommen.

Per Fragebogen eruierten wir zudem, warum Fans, die Urheber von Fotos waren, anderen Fans mit ihren Fotos nicht völlig freie Hand ließen. Damit wird indirekt auch die Frage berührt, warum die Tauschszene nicht als Schenkökonomie funktionierte. Einige der Begründungen für diese protektionistische Haltung lauteten:

Weil ich nicht wollte, dass die Fotos unter alle Fans kamen. Sie waren für mich etwas persönliches, welche auch nur die besten Freunde von mir bekamen. Ich wollte nicht, dass andere behaupten konnten, sie hätte die Fotos gemacht, um damit anzugeben. (Fragebogennummer 2).

Weils mein Eigentum gewesen wäre und es wäre mein persönliches Recht am Bild gewesen. (14).

Sie waren für mich etwas ganz besonderes was nicht zu Massenware mutieren sollte. (19).

Ist ein gutes Tauschmittel wenn sie nich [sic] so oft im Umlauf sind. (94).

Ich wollte schon gerne selbst bestimmen, wer meine Bilder bekommt. (100).

Ich wollte meine fotos [sic] nur mit denen teilen, die mir wichtig waren. (152).

Einige Fans sprechen den ökonomischen Aspekt des Tauscherts hier offen an. Es ist ihnen bewusst, dass ein Foto, das massenhaft zirkuliert, kein begehrtes Tauschmittel mehr darstellt. Die Intimitätsverwaltung/-limitierung wird in dem angesprochenen Anspruch auf Selbstbestimmung deutlich. Die Befragten wollten selbst bestimmen, wer ihre Bilder bekommt, sie nur mit den Brieffreundinnen teilen, die ihnen wichtig waren. Zu dieser protektionistischen Haltung scheint darüber hinaus auch der arbeits- und ressourcenintensiven Entstehungsprozess eines Privatfotos von der Band beigetragen zu haben (Stichwort »fan labor«). So erklärte eine Foto-Produzentin ihre »No Copies!«-Policy mit den Worten: »I »worked« hard to make those pictures...« (Fragebodennummer 413).

Sie hatte viel investiert, um der Band so nahe zu kommen: Stundenlang vor den BBC-Fernsehstudios gewartet, sich mit ihren Freundinnen in ein sündhaft teures Zimmer im exquisiten *Four Seasons* eingemietet, jahrelang gepflegte Connections angezapft, um herauszufinden, wohin die Band als nächstes fliegt, oder sie ist sogar nach

Stoke-on-Trent gereist, um tagelang vor Robbie Williams' Haus zu campen. Diese Kosten der Intimität fließen als (Tausch-)Wert in die Offstage-Fotos ein. Sie sorgen auch für symbolisches Kapital, welches der Offstage-Fotografin Status bringt – gerade wenn diese ein besonders scharfes, nahes und »süßes« Foto geschossen hatte oder immer an vorderster Front mit dabei war (nicht unähnlich den BNFs – Big Name Fans – im Bereich der Fanfiction).

Die Take That-Fangemeinde seit der digitalen Revolution

Als sich Take That im Jahre 1996 auflösten, löste sich mit ihnen auch der Kitt, der die Penpal-Szene zusammenhielt. Wie Eve Mendez, heute 35 Jahre, aus Spanien beschreibt: »I don't remember exactly when I stopped writing letters but I guess it was a few months after the boys were separated.«

Zehn Jahre später, als sich Take That 2006 wieder vereinten, bildeten Fans ihre sozialen Netzwerke bereits über Onlinedienste wie *Facebook*, *Twitter*, E-Mail und Fanforen (Löbert). Welche Veränderungen haben sich damit für die ehemaligen Take That-Penpals ergeben? Zunächst einmal kommen die Möglichkeiten, die das Internet Fans und Fangemeinden bietet, deren Bedürfnissen in hohem Maße entgegen. So schreibt Mark Duffett:

Fans have supported the new medium and it has made them more visible. They have the luxury now of increased access to information, a greater speed of social interaction, and a new means of public performance. (*Understanding Fandom* 236).

Diese neuen Möglichkeiten werden auch von vielen der alten Penpals begrüßt. So Eve Mendez:

I'm glad to say that Facebook has bring back to me some of the feelings of the penpals' time. I've met new fans, rediscover old friends with whom I had lost contact and it allows me to share comments, pictures and adventures again with fans. 24 hours per day, 7 days per week. It's perfect. And also, social networks work as a information source for fans.

We don't need to wait until the day of the week that our fan magazine went out. Now, we all share information and swap pictures in the same way we used to do in the past but without using the mail and, obviously, faster.

Da 67 Prozent der Befragten aus der Take That-Fanstudie angaben, *Facebook* zu nutzen und da diese Plattform heute eine der am weitesten verbreiteten Netzwerktools für Take That-Fans ist, halte ich es für lohnenswert, an diesem Beispiel den Kontrast zwischen Online- und Offline-Fandom der Take That-Szene darzustellen.

Die wichtigsten neuen Komponenten, die im starken Kontrast zum vordigitalen Netzwerken anhand von handschriftlichen Briefen stehen, scheinen mir dabei a) die Kommerzialisierung zwischenmenschlicher Kommunikation, b) die Standardisierung der Kommunikationsformen, c) die Reduktion kreativer bzw. individueller Ausdrucksmöglichkeiten, d) die persönliche Datenausbeutung durch Dritte und e) der Verlust der physischen Greifbarkeit der Artefakte (wie FBs, Briefe, Fotos etc.) zu sein.

Die Penpal-Szene war ein spontanes und unabhängiges Netzwerk, das jenseits kommerzieller Interessen operierte, das für große Konzerne nicht zugänglich – quasi »below their radar« – und nicht von deren formalen Vorgaben bestimmt war und deren ausgetauschte Informationen und Daten nicht durch Dritte angezapft werden konnten. Während die Penpals die Besitzer ihrer Szene waren – wie eine Art Co-op – nutzen sie nun einen sozialen Dienst, der von einem fernen, milliardenschweren, amerikanischen Konzern gesteuert wird.

Wer heute aber die Kommunikationsplattform *Facebook* nutzt, um mit anderen Fans in Kontakt zu treten, ist auch ein Verbraucher, dessen Daten weiterverwertet werden, dessen Informationen kommerziell ausgebeutet werden und der individuelle Ausdrucksmöglichkeiten einbüßt (so kann man Profile nur begrenzt individualisieren und gestalten; *Facebook* entscheidet, dass es nur einen »Like«, nicht aber einen »Unlike«-Button gibt etc.).

Im Gegensatz dazu bestand die einzige formale Vorgabe brieflicher Kommunikation darin, dass ein Blatt Papier eben eine bestimmte Größe hatte und was auch immer man zu verschicken hatte, mindestens in ein Paket passen musste. Aber innerhalb dieser Rahmen-

bedingungen waren dem Einfallsreichtum der Fans keine Grenzen gesetzt. Allein über die unterschiedlichen Handschriften, Kritzeleien und Schnörkel in Briefen und FBs ließe sich eine wissenschaftliche Studie anfertigen. Dieser gesamte Ausdrucksbereich ist mit der digitalen Kommunikation weggefallen bzw. durch andere Ausdruckswege ersetzt worden.

Zwar nutzten die Take That-Penpals vor dem digitalen Zeitalter auch einen kommerziellen Dienst, um ihr Fortbestehen zu gewährleisten – nämlich die Post – doch keineswegs kann von diesem Dienst behauptet werden, dass er Kommunikation und *Networking* in derselben Weise strukturierte, standardisierte, kommerzialisierte und datenmäßig ausbeutete wie heute etwa *Facebook*. Im Gegenteil, die vergleichsweise mittellosen Teenager verstanden es sogar, die Deutsche Post subversiv auszubeuten, indem sie Briefmarken so präparierten, dass der Poststempel abgewaschen und die Briefmarken damit mehrfach verwendet werden konnten (»Stamps back, please« lautete der Code, den sich die Penpals gegenseitig im *post scriptum* notierten).

Besonders massive Veränderungen im Zuge der Digitalisierung von Fandom ergeben sich im Hinblick auf den Fototausch, damals betrieben mit starken Urheberrechtsansprüchen und dem Versuch der Verwaltung bzw. Limitierung von Nähe zur Band. Wer heute ein Offstage-Foto von Take That ins Netz stellt, muss davon ausgehen, dass es unkontrollierbar verbreitet und verwendet wird. Die alles entscheidende Rückseite des haptisch greifbaren Offstage-Fotos, auf der man seine Urheberschaft kenntlich machen konnte, gibt es in der virtuellen Welt nicht mehr. Es besteht zwar die technische Möglichkeit, ein Foto mit Wasserzeichen oder Kopierschutz zu versehen, wie dies etwa kommerzielle Fotoagenturen wie *Getty Images* tun, doch über die dazu notwendige technische Expertise verfügen Amateurfotografinnen in den seltensten Fällen. Nun könnte man dagegenhalten, dass diese freie Verfügbarkeit von derlei Fanprodukten doch eigentlich ein Gewinn für das Fandom ist. Auf den prävalenten Mechanismus der *online gift culture* haben ja einige Fanforscher bereits hingewiesen (Hellekson; Scott). Wenn wir jedoch eines aus der näheren Analyse der Fototauschszene gelernt haben, dann, dass es auf Seiten der Produzentinnen von mühsam erstandenen Schnappschüssen ein

Bedürfnis danach gibt, die Verbreitung dieser Bilder einzudämmen beziehungsweise selbst zu bestimmen. Das evoziert die Frage: Gibt es denn überhaupt so viele Offstage-Bilder und -Videos im Netz oder werden sehr wertvolle und rare dokumentierte Begegnungen mit Take That nach wie vor nur privat oder in exklusiven Fangruppen ausgetauscht? Wie weit ist es denn in der Praxis mit der *online gift economy* im Hinblick auf fanproduzierte Privatfotos von Prominenten her? Unter der Eingabe »Offstage photos Take That« lässt sich im Netz zumindest keine Fotosammlung finden. Ein Vakuum, das einerseits auf ein geringeres Bedürfnis nach fiktiver Nähe zur Band seitens der nun erwachsenen Take That-Fans hinweisen könnte, andererseits aber auch ein interessanter Indikator für ein weiterhin bestehendes Haushalten mit dem seltenen Gut der Nähe-zur-Band sein mag.

Damit seien nur einige wenige, gleichwohl wichtige, Unterschiede angedacht, die sich speziell für das Take That-Fandom der vordigitalen 1990er Jahre und dessen digitale Reinkarnation im 21. Jahrhundert ergeben. Eine Szene, die einst unbemerkt, unter sich und in Besitz ihrer selbst war, ist nun in den öffentlichen Raum gerückt und nicht zuletzt bei Datensammlern und Großkonzernen auf dem Bildschirm. Gleichzeitig sind dieser wie anderen Fangemeinden im Internet viel mehr Möglichkeiten zur freien, kostengünstigen, zeitunabhängigen, globalen und unmittelbaren Kommunikation gegeben.

Das Schlusswort sei der ehemaligen Briefeschreiberin Anna Boffa aus Italien, heute 33 Jahre, gegeben, die Gewinn und Verlust durch die digitale Wende für sich – und vielleicht stellvertretend für einen Teil der Penpal-Szene – so auf den Punkt bringt: »Nowadays there are millions of ways to communicate (mobile, e-mails, social network), but almost always they are quick and soulless and make me miss our long and passionate letters.«

Literatur

- Benjamin, Walter. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit: drei Studien zur Kunstsoziologie*. Frankfurt: Suhrkamp, 2001.
- Diekmann, Stefanie. Neue Formen der Jugendkulturen: dargestellt am Beispiel des Fanverhaltens bei Boygroups. Diplomarbeit. Universität Hamburg, 1999.
- Duffett, Mark. Celebrity: The Return of the Repressed in Fan Studies? *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures*. Eds. Linda Duits, Koos Zwaan und Stijn Reijnders. Farnham: Ashgate, im Erscheinen.
- Duffett, Mark. *Understanding Fandom: An Introduction to Media Fan Culture*. New York: Bloomsbury, 2013.
- Fritzsche, Bettina. *Pop-Fans: Studie einer Mädchenkultur*. Wiesbaden: VS, 2011.
- Hellekson, Karen. A Fannish Field of Value: Online Fan Gift Culture. *Cinema Journal* 48.4 (2009): 113–118.
- Jendro, Verena. *Das Phänomen der Boygroups: Erscheinungsweisen und Analyse der Hintergründe*. Marburg: Tectum, 1999.
- Löbert, Anja. Explorative, authentic and cohesive: factors contributing to successful boy band reunions. *Popular Music History* 7.2 (2012): 127–142.
- Pareles, Jon. When Pop becomes the toy of teenyboppers. *New York Times* 11. Jul. 1999: Arts and Leisure (section 2) 1. Web.
- Peters, John Durham. Witnessing. *Media, Culture & Society* 23 (2001): 707–723.
- Scott, Suzanne. Repackaging fan culture: The regifting economy of ancillary content models. *Transformative Works and Cultures* 3 (2009).
- Take That Official – Fan Club Magazine*. Heft 2. London: Parbury Ivory Publishing, 1994.
- University of Salford Fan Networks Exhibition. *Take That Fandom before the Internet: A fascinating glimpse into the global network of Take That's first fans*. <http://www.fan-networks-exhibition.org/> 2010. Web. 20. Jan. 2014.
- Vatterodt, Nikola. *Boygroups und ihre Fans: Annäherung an ein Phänomen der neunziger Jahre*. Karben: Coda, 2000.
- Weyrauch, Jan. *Boygroups: das Teenie-FANomen der 90er*. Berlin: Extent, 1997.

Popfandom als Genderidentifikationskriterium: Analyse einer männlichen und heterosexuellen Fankultur um Prince

Carla Schriever

Das Phänomen des männlichen Popfans wird bis heute vom akademischen Diskurs über Popfankulturen lediglich partiell berührt (*It's like feminism* 304). Diese Unterrepräsentanz spiegelt sich auch in der medialen Darstellung wieder. Der Ausgangspunkt dieser Studie ist die Beschäftigung mit der männlich dominierten Fankultur, im Fokus stehen dabei sich selbst als heterosexuell definierende männliche Fans, die einer besonderen Form von »Hardcore-Fandom«¹ rund um den Künstler Prince angehören. Die betreffende Gruppierung setzt sich aus deutschen und niederländischen Fans zusammen, die innerhalb eines intereuropäischen Kontexts befragt wurden.² Zunächst soll im Folgenden auf die Analogie zwischen der Entwicklung des Künstlers und der Fankultur eingegangen werden. In diesem Zusammenhang werden Formen der Identifikation erstmalig aufgegriffen, die später nochmals in einem eigenen Abschnitt Beachtung finden werden. Im Anschluss werde ich über meine Vorgehensweise und mei-

1 »Hardcore-Fans« werden im Kontext dieses Artikels als eine Gruppe von 50–100 Personen beschrieben, die innerhalb der europäischen Fankultur wiederholt in Erscheinung treten. Diese Gruppierung zeichnet sich durch die Bereitschaft aus, Karten für ein kurzfristig angekündigtes Konzert zu kaufen, um dem Konzert unabhängig von der Entfernung zum eigenen Wohnort oder der Preishöhe beizuwohnen. Diese Gruppe ist es, die aufgrund von engen Kontaktstrukturen über Informationen (zum Beispiel Lokalität der Aftershowparty) verfügt und damit eine große Bedeutung für die Fankultur hat.

2 Die Interviews wurden zwischen dem 2. und dem 4. November 2013 geführt. Mein Dank geht an alle Beteiligten, die hier nicht namentlich erwähnt werden möchten.

nen Zugang zur Gruppe Auskunft geben, überleitend in eine Beschreibung des äußeren Erscheinungsbildes der Gruppe und die Einordnung in den Zusammenhang der Kultur. Des Weiteren verweise ich auf die Einflussnahme des Künstlers auf den Fan, auf die Identifikationsstrategien und auf das Phantasma der Nähe, das im Konzertbesuch für den Fan realisiert wird (Lacan 56). Eine große Bedeutung kommt darüber hinaus der Konservierung des als »einzigartig« empfundenen Moments zu, und ich füge der Studie einige Informationen über das Verhältnis zu immateriellen Gütern innerhalb der Fankultur hinzu. In den beiden letzten Abschnitten werde ich mich auf die Ebenen der Projektion und des Begehrens konzentrieren. Hier liegt die Kernfrage meiner Studie: Inwiefern gibt es Projektionsmechanismen, wenn das geschlechtliche Verhältnis zwischen Künstler und Fan nicht gegen-, sondern gleichgeschlechtlich ist, und ist es möglich, aus den Projektionsmechanismen eine Form des Begehrens abzuleiten, die jenseits eines heteronormativen, männlichen, heterosexuellen Diskurses liegt?

Analogie zwischen der Entwicklung des Künstlers und der seiner männlichen Fans

Prince ist ein afro-amerikanischer Sänger und Multiinstrumentalist aus Minneapolis, dessen Mainstreamerfolg in Europa mit der Veröffentlichung des Albums *Purple Rain* im Jahre 1984 begonnen hat. Seit 1978 veröffentlichte Prince 40 Studioalben. Zu diesem massiven Output über eine Spanne von über 30 Jahren kommen unzählige unveröffentlichte Alben und Live-Mitschnitte (sogenannte *Bootlegs*) hinzu, die über *Bootleg*-Label vertrieben werden und unter den Fans als beliebte Sammlerobjekte und Tauschgüter fungieren, da diese Audio- und/oder Videoaufnahmen von Konzerten das Gefühl eines bestimmten Konzertereignisses konservieren, auch wenn dieses schon längst vergangen ist (Heylin 58). Motiviert durch einen Streit mit der Plattenfirma *Warner Brothers* über die Rechtslage von *Mastern*, entschied sich der Künstler in den frühen 1990er Jahren zu einem Schritt, der heute als Wendepunkt in seiner öffentlichen Wahrneh-

mung betrachtet werden kann. Die Namensänderung in ein unaussprechliches Symbol (☿) hatte Auswirkungen auf den Fortgang seiner Karriere, die mediale Berichterstattung über seine Person und die ihn umgebende Fankultur.

Charakteristisch für Prince ist ein Gesangstil, der sich oftmals Falsettonlagen bedient, zudem ist sein Kleidungsstil auffällig: Seit Anfang seiner Karriere trägt er fast ausnahmslos High Heels, Make-up und weiblich konnotierte Kleidung und Farben. Mit einer Mischung aus männlich konnotiertem Verhalten (zum Beispiel dem Image des *Womanizers* (Ro 166)) und seiner physiognomisch grazilen Erscheinung galt Prince seit Beginn der 1980er Jahre als geschlechtlich nicht eindeutig, daher wurde in Medienberichten in regelmäßigen Abständen über seine mögliche Homosexualität spekuliert (Ro 123). Gerade die Tatsache, wie Prince über die verschiedenen Jahrzehnte sich etlicher Wandlungen gegen ein konventionelles Bild von Männlichkeit bedient hat, hat die ihn umgebende Fankultur maßgeblich mitgeprägt. So finden sich insbesondere im männlichen Teil der Fancommunity viele verschiedene Lesarten und Interpretationen der geschlechtlich nicht-eindeutigen Künstlerpersona Prince. In vielerlei Hinsicht wich Prince von den Schematisierungen heteronormativer Männlichkeit ab und prägte damit die geschlechtliche Selbstidentifikation seiner, zu diesem Zeitpunkt (1980–84) pubertären und spätpubertären männlichen Fans. Die Thematik innerhalb dieser Epoche war die Grenzüberschreitung. Diese galt vor allem für den heteronormativen Diskurs, so wurde die Strophe aus dem Song *Controversy* »Am I black or white – am I straight or gay?« zum Sinnbild der Transgression von geschlechtlicher, ethnischer und religiöser Zugehörigkeit. In dieser Form galt Prince für viele als Vorbild, sein offener Umgang mit sexuellen Grenzthemen wie Inzest und Homosexualität sowie einem expliziten Gebrauch von sexueller Metaphorik (Ro 55) gerade in der benannten Zeit beeinflusste viele der Befragten in der Selbstfindung ihrer geschlechtlichen und sexuellen Zugehörigkeit.

Prince taught me about sexuality with his songs. Maybe I identify with him concerning his love of sex. He opened my mind. (Peter, 44 Jahre).

Prince wirkte in dieser Zeit für viele der Befragten als Wegbereiter eines freieren Umgangs mit ihrer subjektiven Definition von Männ-

lichkeit. Für viele ist über die Jahre ein Teil von dieser Offenheit erhalten geblieben. Dies spiegelte sich ebenso in der Auseinandersetzung mit den Kleidungspraktiken des Künstlers. Charakteristisch für den Kleidungsstil sind die zuvor beschriebenen High Heels, die farblich stets auf die restliche Kleidung abgestimmt sind. Das Tragen von High Heels korreliert in diesem Kontext mit der Transgression von geschlechtlichen Normzuschreibungen. Die Kleidungspraktik des Künstlers bezüglich seiner Schuhwahl ist für die meisten der Befragten kein Anlass zur Irritation, eher ein Anlass der Wertschätzung und Unterstützung der Individualität des Künstlers.

Ich finde die High Heels an ihm sexy. (Marcus, 45 Jahre).

Es ist halt Prince, er kann es tragen, ihm steht es. (Frank, 54 Jahre).

Die Frage, ob diese Kleidungspraktik (das Tragen von High Heels) übertragbar oder jemals antizipiert worden sei, wurde kategorial verneint. An dieser Stelle vermischen sich Bewunderung für den Künstler und eine Weigerung der Übertragung, die als Re-Instandsetzung des eigenen sozialen Geschlechts von heteronormativer Männlichkeit gelesen werden kann, wie sie in der Popmusik gerade in den 1980er Jahren an vielen Stellen sinnbildlich aufgegriffen werden konnte.

Popstars became valuable for their plasticity and so their sexuality too became a matter of artifice and play, self-invention and self-deceit. This can be understood as an attempt to envision ways of transcending a long-standing system of gender dichotomies. (Mazullo 433).

Die Faszination an der Möglichkeit einer Überschreitung von gesellschaftlich konstruierten Geschlechterdichotomien, wie sie von Judith Butler vorgestellt werden, kann durch den Aspekt der Bewunderung und Unterstützung zwar gedanklich nachverfolgt werden, doch scheitert die Übertragung in die tatsächlichen Gegebenheiten der sozialen Umwelt. Eine Zustimmung zu dieser Form der transgressiven Performance, die zugleich das Moment der Negation dieser geschlechtlichen Konstruktion beinhaltet, kann durch einen Verweis auf Butlers Konzept der *Gender Performance* kontextualisiert werden (*Das Unbehagen der Geschlechter* 43). Durch das transgressive Moment (das Tragen weiblich konnotierter High Heels), verbunden mit männlich konnotierten Verhaltensweisen und Performance, kann die Erscheinung

Princes als eine Form von *Cross-Dressing* gedeutet werden. *Cross-Dressing* ist die Praxis des Tragens gegengeschlechtlicher Kleidung, um – oft in Kombination mit normativen Kleidungspraktiken – auf (oftmals in parodistischer Form) die gesellschaftliche Konstruiertheit geschlechtlicher Kleidung zu verweisen (*Das Unbehagen der Geschlechter* 56). Nach Butler ist *Cross-Dressing* (oder auch *drag*) eine Form der Infragestellung geltender Genderkonventionen und beinhaltet das Moment der möglichen Überschreitung, die in letzter Instanz nicht ausgeführt wird, sondern als Irritation der Norm in den Weg gestellt wird und sie durch ihre Existenz hinterfragt (*Das Unbehagen der Geschlechter* 145). Eine biologisch männliche Person, die weiblich konnotierte Bewegungs- und/oder Kleidungspraktiken herstellt, wirkt somit als Destabilisierung und Infragestellung der Konstruktion von sozialem Geschlecht. Eine *Cross-Dressing*-Performance hinterfragt somit die »ontologische Integrität des Subjekts« (*Das Unbehagen der Geschlechter* 325), in diesem Fall die des gesellschaftlichen Konstruktes »Mann«. Mit dieser Praktik denaturalisiert Prince die herkömmliche Darstellung von Maskulinität und unterstreicht seine geschlechtliche Unkategorisierbarkeit (Edwards 49). Durch den Akt der Wiederholung wird diese Form der Transgression selbst als Faktum manifestiert, welches sich jedoch durch seine Wandelbarkeit und Unabhängigkeit von gesellschaftlichen Vorgaben auszeichnet (*Das Unbehagen der Geschlechter* 145). Diese Form der Stabilität zum einen und der Flexibilität der Transgression zum anderen scheint in diesem Kontext gerade auf heterosexuelle Männer innerhalb dieser Fankultur einen großen Reiz zu haben. Es ist die Faszination für ein Moment von geschlechtlichem Grenzgang, das nie bis zu seiner Endkonsequenz der eigenen Umsetzung gedacht wird, sondern in einer Sphäre der Imagination und der Rezeption verbleibt, in der es unhinterfragt bewundert werden darf.

Wie die Inszenierung der Persona und ihre Wandlungsfähigkeit über konventionelle Muster männlicher Attraktivität und Normativität wirken, beweist, dass die Visualität produktiv zum Teil des Wahrnehmungsspiels werden kann. Die Norm eines dichotomen heterosexuellen Spiels zwischen einem als weiblich antizipierten Adressaten (Publikum der Popfans) und einem als männlich konnotierten Künstler wird hier durch die Vorstellung eines zwischengeschlechtlichen

Künstlers und einem überwiegend männlichen Publikum zum Teil *ad absurdum* geführt (Jooß-Bernau 318).

Vorgehen

Mit der vorgelegten Arbeit führe ich verschiedene empirische Fallstudien und theoretische Kritiken zu Fragen der sich als heterosexuell definierenden Fankultur um den Künstler Prince zusammen, die ich zeitweise parallel durchgeführt habe, so dass sich die dafür verwendeten oder sogar selbst (weiter)entwickelten theoretischen und methodischen Ansätze gegenseitig beeinflusst haben. Auch wenn die Dauer einzelner Feldphasen relativ kurz war, erstrecken sich die empirischen Forschungen über eine lange Zeitspanne, die aus einer informierten Perspektive stammt. Ich selbst identifiziere mich als zugehörig zu der untersuchten Gruppe und nehme daher die Perspektive der Insider-Ethnografie auf, in dieser bin ich hermeneutisch vorgegangen bin, indem ich Einzelheiten durch die gegenseitige Interpretation verschiedener Materialien immer mehr zu einem sich ständig verschiebenden ›Gesamtbild‹ verbunden habe (Geertz 90). So sind beispielsweise erste Ideen zur Situation der sich als heterosexuell definierenden Männer innerhalb dieser Fankultur entstanden, die auf Analysen von Interviews und Augenzeugenberichten basieren. Dies gilt jedoch für die *Insider Ethnography*, die ich angewendet habe, in veränderter Form (*Reflexive Ethnography* 234), da hier dem auf persönlicher Lebenserfahrung basierenden Vorwissen eine andere Bedeutung zukommt. Solch eine Insiderperspektive ist für die Auseinandersetzung mit Fankulturen nicht ungewöhnlich. Schließlich ist das *Gros* empirischer Forschungen zu Verhältnissen innerhalb von Fankulturen mehrheitlich von Mitgliedern derselben initiiert. Solche empirischen Forschungen sind somit zumindest teilweise von einer Insiderperspektive geprägt. Dies gilt vor allem für kulturwissenschaftliche, ethnologische Untersuchungen in diesen Gebieten (Tietz 367).

Die untersuchte Gruppe ist mir zum einen durch persönlichen Kontakt vertraut, zum anderen aufgrund ihrer geschlechtlichen Selbstdefinition ›fremd‹. Das von mir beforschte Feld und die Frage-

stellung ist eine Mischung der Wirklichkeitsfelder. Die Perspektiven der Beforschten präsentieren sich also für eine Außenseiterin (aufgrund der geschlechtlichen Zugehörigkeit Frau/Mann) (Flick 56). Durch den persönlichen Kontakt erhielt ich aber zugleich eine anteilige Einsicht in das Geschehen innerhalb der Subgruppierung (männliche Prince-Fans). Ein Sampling der Befragten nahm ich nach dem Kriterium der Vorab-Festlegung vor. Die abstrakten Kriterien, die ich auf die Zielgruppe von insgesamt 40 Befragten anwendete, waren: Anzahl der »Fan-Jahre« (30 Jahre) in Korrelation mit dem eigenen Alter (45–60 Jahre). Dieser Faktor ist besonders wichtig, da diese Fans eine ähnliche Erlebnisstruktur hatten (Mainstreamserfolg des Künstlers). Wesentlicher Faktor für mein Sampling waren das Geschlecht sowie die sexuelle Selbstdefinition der Befragten. Durch die Anwesenheit überproportional vieler Männer in der Fankultur um einen männlichen Künstler schienen mir gerade die Motive dieser Gruppe als relevant für ein Verständnis einer männlich dominierten Fanstruktur, in der weder Begehren noch Identifikation die vordergründigsten Rollen zu spielen schienen.

Physiognomische Beschreibung, geschlechtliche Markierung, Maskulinität

Um den Kontext dieser Studie zu verstehen, ist es wichtig, weiteren Beschreibungen eine kurze physiognomische Beschreibung der Befragten zu geben und diese in Relation zu dem fokussierten Künstler zu stellen. Der Hauptanteil der Befragten weist eine männliche Statur auf (Körpergröße, breite Schultern, männliche Attribuierung in Bewegungsabläufen und Stimmlage). Ihre Kleidung lässt sich in den von mir beobachteten Momenten, vor, während und nach den Konzerten, als männlich-normativ (Bauer 14) beschreiben. Es lassen sich wenig bis keine grellen Farben oder gar ausgefallenes Schuhwerk auffinden. Dies mag auch dem Kontext des Konzerts und der bis zum Einlass zu erduldenen Strapazen geschuldet sein. Nach eigenen Angaben tendieren die Befragten auch im alltäglichen Kontext zu

männlich konnotierter Kleidung (Hemden, Jeans, Sport- und Leder-schuhe).

Alle Befragten innerhalb dieser Studie identifizierten sich selbst als männlich und heterosexuell. Die zuvor beschriebene zwischengeschlechtliche Inszenierung des Künstlers Prince steht somit in asymmetrischem Verhältnis zu der normativen maskulinen Selbstinszenierung, die von den Befragten ohne Ausnahme praktiziert wird.

Einflussnahme des Künstlers auf den Fan

In wiederkehrender Manie wird von den Befragten vor allem die Bezugnahme auf Prince hinsichtlich seiner Musik und Musikalität beschrieben, diese soll hier doch nur streiflichtartig betrachtet werden und einen Einblick in die Praktik der Bezugnahme auf den Künstler durch den Fan ermöglichen.

In den 1930er Jahren stellte der Philosoph Theodor W. Adorno in seinem Werk *On Popular Music* die These auf, dass Musikfans in zwei Kategorien zu teilen seien. Unter der Kategorie der »dem Rhythmus Angepassten« werden bei Adorno Fans zusammengefasst, die sich einem vorherrschenden Massenkult anschließen und es genießen, auszugehen, um zu den neuesten Songs zu tanzen. Damit passen sie sich einer Konformität an, die Adorno mit dem Phänomen der Massenkultur gleichsetzt (457). In Abgrenzung dazu findet sich in Adornos Analyse der »emotionale Typ« wieder, der die gehörten Stücke als Reminiszenz an sein eigenes Leben rezipiert und so eine innere und intensivere Verbindung zu einem Lied oder einem Künstler in der Rezeption aufbaut, die dem zuerst beschriebenen Typus durch die permanente Gleichzeitigkeit neuer Musik kaum möglich ist und vielleicht auch nicht angestrebt oder gewünscht wird (311).

Die beschriebene Fankultur besteht zu großen Anteilen aus Fans, die dem Künstler bereits über eine Spanne von bis zu 35 Jahren folgen. Bezogen auf Adornos Konzeption wurde der »dem Rhythmus angepasste« Fan vom »emotionalen Typ« abgelöst. Diese Veränderung korreliert stark mit der Entwicklung der Karriere des Künstlers. In den 1980er Jahren galt Prince mit Songs wie *Purple Rain* oder *Kiss*

als Phänomen einer Massenkultur, die Befragten begannen ihr Fan-Dasein als »dem Rhythmus angepasste« Fans. Über die Zeit veränderte sich die mediale Rezeption des Künstlers, so dass durch neue Vermarktungsstrategien und das Ausbleiben von Chart-Platzierungen ein kleinerer Kreis von Fans entstand, die als »emotionaler Typ« beschrieben werden können. Diese verstehen die zum Beispiel auf einem Konzert gespielten Songs nicht nur als Versinnbildlichung ihres Lebens, sondern vor allem als Reminiszenz an ihre Vergangenheit.

Ein Gitarrensolo und du bist zurück im Jahr 1984. (Peter, 45 Jahre).

I always cry when I listen to Purple Rain, then I feel close to God. (Peter, 44 Jahre).

Dieser Aspekt kann zu einem Verständnis der Kritik-Praktik innerhalb der Kultur verstanden führen. Prince-Fans wirken teilweise hyperkritisch, wenn es um die Performance des Künstlers geht. Durch die lange Begleitung des Künstlers durch den Fan ist Prince in vielen Faktoren Objekt harscher Kritik, die nicht immer gerechtfertigt scheint, sondern oft persönlichen Motivationen unterliegt. Eine Aussage wie »Er ist nicht mehr so gut wie früher« korreliert in der Regel nach den Erklärungen der Befragten mit einem ihnen inhärenten Bedürfnis, »die Zeit zurückzudrehen«. Die Unfähigkeit, dieses Bedürfnis zu realisieren, bietet oftmals die Grundlage zu diesen Aussagen. Durch den am Künstler erkannten Alterungsprozess kann in der Reflexion der eigene Alterungsprozess und die eigene Vergangenheit erlebt werden (Ottomeyer 242). Im selben Moment wird deutlich, dass eine Entwicklung stattgefunden hat und der Versuch, die Vergangenheit wiederzubeleben, erneut als gescheitert betrachtet werden muss:

Times when we were wild young and free, and his music was our soundtrack. (Piet, 49 Jahre).

Mit dieser Reminiszenz und dem Versuch, die Vergangenheit mit Zuhilfenahme der passenden musikalischen Untermalung wiederzubeleben, korreliert ein weiterer wichtiger Aspekt: die Identifikation mit dem Künstler.

Identifikation

He is like another part of me – a part I can never reach, but it belongs to me. (Hans, 46 Jahre).

Kriterien der Identifikation erwiesen sich im Laufe der Studie als schwierig nachzuweisen. Befragt, inwiefern sie Prince einen Einfluss auf ihre persönliche Entwicklung zuschreiben würden, waren die Antworten der Interviewten eindeutig. Ausnahmslos schrieben die Befragten dem Künstler eine unterschiedlich gewichtete Einflussnahme auf die eigene Entwicklung zu. Die Frage nach einer Identifikation mit der betreffenden Künstlerpersona wurde jedoch kategorial verneint. Gründe hierfür könnten in der Diskrepanz zwischen der Selbstidentifikation als Mann (Befragte) und der Rezeption der Identität des Künstlers liegen: »Male, but different« (Peter, 44 Jahre).

Ergänzend kann hier eine Form der Transzendenz betrachtet werden, die im Begriff der Aura oder Magie des Künstlers wiedergefunden werden kann. Die nonkonforme Männlichkeit des Künstlers steht, bezogen auf die erste Annahme, im krassen Gegensatz zur Stabilisierung der eigenen geschlechtlichen und körperlichen Praxis, die von allen Befragten repetitiv hergestellt wird. Diese Selbsterstellungspraxis ist dem Lebenskontext der Befragten zuzuschreiben. Das »Ideale« einer möglicherweise nonkonformen Männlichkeit fokussierend, ist ihnen eine Überschreitung nur in der gedanklichen Vorstellung möglich, da sie sich in den sie umgebenden sozialen Normalisierungsdiskurs einfügen, der jedwede Übertretung sanktioniert (Schuster 63f).

Die Möglichkeit eines Zusammentreffens beider Subjektformen, Künstler und Fan, ereignet sich im Modus des Konzerts. In diesem kann eine Form von Nähe erzeugt werden, die auf die emotionale Beziehung des Fans zum Künstler verweist (Kauer 9f). Im Folgenden soll das von Walter Benjamin entworfene Konzept der Aura zu einem Verständnis der im Konzert erlebten Emotionalität verhelfen.

Emotion: Phantasma der Nähe

Die Fankultur um Prince konstituiert sich seit 30 Jahren aus dem gemeinsamen Erleben von Live-Konzerten. Da der Künstler jährlich mehrere Konzerte im europäischen Ausland gibt, ist der Anreiz, diesen an Repertoire und Größe der Lokalität sehr unterschiedlichen Konzerten beizuwohnen, groß. Diese Konzerte werden oftmals allein auf Sozialen Netzwerken und/oder auf speziellen Webseiten beworben und setzen daher eine Form von Insidergruppierung voraus, innerhalb derer Fans auf die gegenseitige Benachrichtigung über aktuelle Geschehnisse angewiesen sind. Die gemeinsamen Konzerterlebnisse der Fans, die heutzutage aufgrund der kurzfristigen Bekanntgaben von Terminen, zu Geheimtreffen von Gruppen von Insidern avancieren, bilden das Zentrum und den gemeinsamen Ausgangspunkt des Fan-Seins.

Die ersten Konzerterlebnisse werden von den Befragten als »einschneidend« beschrieben. Diese erlebten Momente bedingten das Entstehen und die Fortsetzung des Fantums in hohem Maße. Die Bedeutung der Virtuosität des Künstlers und dessen künstlerischer Einfallsreichtum, sowohl in der Performance als auch in der Musik, werden wiederholt als maßgeblich für die Entwicklung des eigenen Fankults beschrieben.

Diese Show hat mich berührt. Sie verströmte ein Gefühl von Love and Happiness. Ich fühlte mich so frei, so voller Energie. (Frank, 52 Jahre).

Dabei spielt auch das Beiwohnen möglichst vieler Konzerte eine große Rolle. Stand am Anfang der Studie die Annahme, dass männliche Fans unter Berücksichtigung des Wegfalls der antizipierten romantischen Beziehung eine eher materielle Bindung – durch den Besitz besonders vieler mit dem Künstler assoziierter Güter – haben, so gelten die Besuche von Konzerten und die auf dem Konzert erlebte Nähe zum Künstler als weitaus wesentlichere immaterielle »Sammelstücke« innerhalb dieser Fankultur.

Eine große Bedeutung kommt neben der Quantität und der Qualität der Konzerte auch der eigenen Position auf einem Konzert zu. Das Phänomen der »ersten Reihe« existiert wohl in den meisten Fankulturen. Meistens scheint dieses Phänomen jedoch auf ein Verhält-

nis der Nähe zwischen Künstler und Fan angelegt, dem durch das gleichgeschlechtliche Verhältnis in dieser Kultur eine anti-normative Komponente zukommt. Es handelt sich in dieser Studie um ein Fan-Künstler-Verhältnis, dessen wesentlicher Aspekt die Gleichgeschlechtlichkeit ist, so dass andere Interpretationsformen auf gegengeschlechtliche Verhältnisse hier nicht genutzt werden können.

In den Ausführungen beschreiben die Befragten hier immer die Möglichkeit eines »persönlichen« Austausch mit dem Künstler sowie die vorgestellte Möglichkeit der Teilhabe an den Emotionen des Künstlers während des Konzerts: »I wanna be as close to him as I can, I wanna see his moves, his expressions, his joy from up close« (Hans, 46 Jahre). Für diese besondere Form des Nähe-Distanz-Erlebens auf einem Konzert kann die von Erika Fischer-Lichte entwickelte autopoietische Feedbackschleife zur näheren Untersuchung des Phänomens verwendet werden. Fischer-Lichte benutzt eine besondere Form des Feedbackkonzepts, um damit auf die Dimensionsverschiebung zwischen Zuschauer und Künstler einzugehen. Eine eminente Bedeutung kommt der körperlichen Ko-Präsenz beider Parteien zu. Diese Ko-Präsenz kommt zustande, indem sich Akteur und Zuschauer zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten (zuvor abgestimmten) Ort einfinden, um dort eine begrenzte Zeitspanne gemeinsam zu verbringen (Fischer-Lichte 18). Ist dieser zeitlich begrenzte Zustand eingetreten, spielen sich bei den Zuschauern verschiedene Reaktionen auf das Beobachtete ab. Dabei wird eine Differenzierung zwischen innerlichen und wahrnehmbaren Reaktionen eingeführt. Der Akteur oder Künstler registriert die Reaktionen der Zuschauenden und reagiert darauf in einer bestimmten Weise, wobei er das Gefühl einer Interaktion erzeugt und verstärkt. Die Fans streben nach der unmittelbaren Präsenz des Künstlers, die oft mit dem Begriff der »Aura« umschrieben wird.

Vorne zu stehen hat für mich eine große Bedeutung, dort spüre ich seine Aura, es ist eine andere Magie, seine Magie. (Markus, 44 Jahre).

Die hier thematisierte Magie des Künstlers, die in den Berichten mit dem Begriff der Aura deckungsgleich ist, zeigt eine komplexe Zusammensetzung diverser und teils gleichzeitiger Komponenten. In der Visualisierung der Aura wird Nähe und Trennung zu gleichen

Teilen vorgestellt, die mit den Ausführungen in Walter Benjamins Werk *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* näher exemplifiziert werden können. Aura wird von Benjamin als »einmalige Erscheinung einer Ferne, so nah sie sein mag« (427) verstanden. Diese Erscheinungsform ist es, die auch in der Präsenz des Künstlers auf der Bühne zu verorten ist.

Die Bedeutung der räumlichen Trennung – ganz gleich, wie sehr auch versucht wird, diese durch Annäherung an den Bühnenrand zu verringern – konstituiert maßgeblich das Erleben des Künstlers als etwas »Entrücktes« (Benjamin 134). Dieser Entrücktheit und inhaltlichen Entfernung kann trotz der Möglichkeit einer räumlichen Annäherung niemals entgangen werden. Somit wird die Illusion der Nähe stabilisiert, diese wird durch das Bewusstsein, des Wieder-Erkant-werdens des Fans durch den Künstler verstärkt. Der Illusionsbegriff kann in diesem Kontext im Freud'schen Sinne verstanden werden, in dem Sinne, als dass durch die Illusion das Gefühl der Befriedigung im Subjekt entsteht (Freud 331). Diese Befriedigung ist es, die das Streben nach der Nähe zum Künstler verstärkt und aufrechterhält. Die Einhaltung dieser Entfernung zeigt sich auch, wenn Fans auf die Bühne geholt werden, was als Teil der Show in regelmäßigen Abständen wiederholt wird. Hier wird unbewusst eine gewisse Distanz zwischen Künstler und Fan aufrechterhalten. So kommt es zum Beispiel nie zur Berührung mit dem Star, die in anderen Fankulturen als erstrebenswerter oder gar heiliger Moment fungiert und die Grenze zwischen Fan und Star für einen kurzen Moment verwischt.

Einzigartigkeit und Konservierung

Zum Faktum der Illusion gehört in diesem Kontext auch die Vorstellung, dass jeder dieser Momente »einzigartig« ist. Die »Einzigartigkeit« einer speziellen Interpretation eines Songs zu verstehen, setzt eine kontinuierliche Rezeption voraus, die bei den Befragten durch die Anzahl der besuchten Konzerte (15–40) gegeben ist.

Eine sehr charakteristische Praxis innerhalb dieser Fankultur ist die Sucht nach dem Erleben des »einen – perfekten – Moments«

(Peter, 43 Jahre). Dieser Moment meint ein Konzert, in dem einfach alles stimmt. Die Jagd nach dieser Form von Erlebnis ist in dieser Fangemeinschaft sowohl im Mikro- (innereuropäisch) als auch im Makrokosmos (äußereuropäisch) nahezu atemlos. Befragt danach, wie das Gefühl der temporären Zufriedenheit aufgrund individuellen Erlebens eines »perfekten Moments« sei, antworteten die Befragten:

Die Bedeutung dieses Moments ist enorm und sehr wichtig. (Wolfgang, 63 Jahre).

Dieser Moment ist nicht von dieser Welt. (Markus, 44 Jahre).

Dieser Moment darf niemals aufhören, ich spüre ein Kribbeln überall, fast als wäre ich verliebt. (Peter, 46 Jahre).

Die Bedeutung des perfekten Moments konstituiert das Streben nach eben diesem. Die Vorstellung auf dem einen – dem perfekten – Konzert nicht gewesen zu sein, gilt für viele als unerträglich. In diesem Streben zeigt sich jedoch die notwendige Nichterfüllbarkeit der Perfektion, die gleichzeitig das beständige Streben danach aufrechterhält (Folger 142). Die Illusion, dass es den perfekten Moment geben könnte, ist verbunden mit dem Wunsch danach, diesen festzuhalten. Dieses Verlangen kann als Grundlage der Kreativität einer Fankultur betrachtet werden, in der die Fans mit der Konservierung der einzigartigen Momente befasst sind, während sich der Künstler nach eigenen Angaben, nur für den nächsten Moment interessiert.

Die angesprochene Kreativität des untersuchten Fanmikrokosmos steht in einem immanenten Widerspruch zur Informations- und Marketingstrategie des Künstlers. Vergleichbar mit anderen Fankulturen bedienen sich auch deutsche Prince-Fans den Möglichkeiten des Internets mit Websites, Foren und *Facebook*-Gruppen. In Ermangelung einer offiziellen Webseite des Künstlers haben es sich diese fangeführten Websites zur Aufgabe gemacht, aus verschiedenen, teils aufgrund ihrer Diversität nur schwer zugänglichen Quellen, Informationen zusammenzustellen und forcieren in diesem Tun ihre Qualität als Insidervereinigung. In dieser Tätigkeit bieten sie Menschen außerhalb der Community die Möglichkeit, einen umfangreichen Einblick in die aktuellen Aktivitäten des Künstlers zu bekommen. Das Management des Künstlers hat sich in der Vergangenheit in vielen Fällen gegen die Existenz von Fanwebsites, Foren und *Facebook*-Gruppen

ausgesprochen und geht auch gerichtlich gegen die Betreiber von Fanwebseiten vor (in den Jahren 2001/02) (Ro 58).

Eine Aufführung (Konzert) ist nach ihrem Ende unwiederbringlich verloren – sie lässt sich niemals in identischer Art und Weise wiederholen (Fischer-Lichte 127). Hierin liegt eine große Qualität der Konzerte, welche auch vom Künstler immer wieder betont wird, genau wie die Unwiederbringlichkeit des Moments: »It's only for your memories« (Prince-Konzert, London 2007).

Trotzdem fühlen sich Fans, entweder aufgrund des Bedürfnisses, das Erlebte mit anderen zu teilen, oder für sich selbst erlebte Momente durch Aufnahmen zurückholen, oft verleitet, Konzerte mitzuschneiden. Jedoch ist zu bedenken, dass sich aus der immateriellen Qualität des Moments niemals ein fixier- und tradierbares Artefakt kreieren lässt (Fischer-Lichte 127). So erschöpft sich das Konzert, mit seinem flüchtigen und transitorischen Charakter in der Gegenwartigkeit – das heißt in seinem dauernden Werden und Vergehen – in der Autopoiesis der Feedbackschleife, die nach Ende des Konzerts abgebrochen wird und in derselben Qualität niemals wiederherstellbar ist (Fischer-Lichte 129). Das bedeutet, selbst wenn *Bootlegs* innerhalb der vorgestellten Kultur eine große Bedeutung zukommt, ist es nicht ihre materielle Qualität (die in den meisten Fällen nur im Dateiformat gegeben ist), sondern ihre immaterielle Qualität, die entscheidend ist: die Reminiszenz an diesen einen, nicht-wiederholbaren Moment.

Projektion

In einem Zwischenraum von diesem nicht-wiederholbaren Moment und der antizipierten Nähe zum Künstler stellt sich die Frage nach der Projektion, die in vielen Fankulturen allein durch das unterschiedliche Geschlechterverhältnis zwischen Fan und Künstler vorgegeben scheint. Durch die Gleichgeschlechtlichkeit, die in der vorgestellten Fankultur den Künstler mit seinen Fans verbindet, stellt sich die Frage, ob und inwiefern etwas in diese Form der Relation hineinprojiziert wird und mit welchen Mitteln Fans dies tun. In meiner Studie

konnte ich drei Charakteristika der Projektion festlegen. Zum einen wird dem Künstler die Funktion des ›Sprachrohrs‹ übertragen. Durch ihn und die sexuelle Explikation seiner Texte können vermeintliche soziale ›Verbote‹, wie bereits angedeutet, artikuliert und gleichzeitig umgangen werden. Dem Fan wird durch die Rezeption und durch das Mitsingen eine Artikulation eigener Fantasien ermöglicht, dies bestätigen einige der Aussagen der Befragten:

I feel like I am talking through him, when I am singing the songs, it is like I am addressing a lady. (Peter 44 Jahre).

Diese Vorstellung der inhaltlichen Nähe und Verbundenheit »like a brother in crime« (Peter, 44 Jahre) korreliert mit einer anderen Form der Teilhabe. Da Sammeln materieller Dinge innerhalb dieser Kultur nicht an erster Stelle steht, kann es irritieren, dass die Befragten auf die Frage, ob Sie etwas Persönliches vom Künstler besitzen möchten, ausnahmslos mit »ja« antworteten. Dieses Charakteristikum würde ich als erweiternden Faktor zur Illusion der Nähe beschreiben. Wie schon Fritzsche erklärte, wirken personalisierte Gegenstände des Künstlers auf Fans als Form der Teilhabe (243). Dieses Sammeln von Memorabilia verweist auch auf einen Zusammenhang zum Wunsch, Momente zu konservieren. Die Desiderate sind in diesem Kontext persönliche Kleidungsstücke, wie »ein Hut« oder »ein paar Schuhe«. Diese sollen in einem geschlossenen Ausstellungskasten sichtbar aufgestellt werden. Persönlich kenne ich einen Teilnehmer der Studie, der einige Bühnenkleidungsstücke des Künstlers besitzt. Dieser Fan verweist, befragt nach der Bedeutung der Gegenstände, auf das Konzept der Aura, »die noch an ihnen haftet« (Frank, 54 Jahre).

Klar wird, dass durch die Teilhabe an einer bestimmten Form der Persönlichkeit des Künstlers durch den Besitz der Kleidung, das antizipierte Moment der Nähe in den Fokus tritt.

Diese Form der Nähe findet in einem dritten Charakteristikum Ausdruck, in der Verbindung zwischen Fan und Künstler durch eine Tätowierung des Namens des Künstlers. Viele Prince-Fans, sowohl weiblichen als auch männlichen Geschlechts, besitzen eine Tätowierung des *Love-Symbols* – jenes Symbols, welches Prince in den 1990er Jahren als Anagramm seines Namens nutzte und bis heute in Konzertkontexten verwendet. Die Projektion einer Verschmelzung,

einer Einschreibung des Namens eines anderen Mannes in die eigene Haut oder das Tragen einer Kette mit dem betreffenden Symbol, verweisen zusammen mit den zuvor benannten Charakteristika auf eine Motivik, die zwischen Verehrung und Begehren liegt.

Begehren

Die im Begehren zusammenfallenden Aspekte von uneindeutiger Identifikationsstrategie, über die Stabilisierung der eigenen Männlichkeit, hin zum nicht näher definierbaren Bedürfnis nach der Nähe des Künstlers, bis zu Aussagen wie »I don't know if I would want to hold his hand. Because I think if I ever get hold of his hand, I would wanna make it last forever« (Jason, 43 Jahre) zeigen dass es eine tieferliegende Bedeutung in der Beziehung zwischen Fan und Künstler geben muss als bisher aufgegriffen. Um diese hochsensible und daher nur partiell berührbare Ebene aufzugreifen, möchte ich ein Beispiel einer Begegnung im Frühjahr des Jahres in Antwerpen, im Kontext eines Prince-Konzerts geben. Die Wartezeiten vor Beginn des Konzerts werden mit dem Austausch von Erinnerungen an frühere Konzerte verbracht. Ich sprach mit einem sich selbst als männlich und heterosexuell identifizierenden Mann im Alter von 40 Jahren, dessen Frau ihn vor der Halle abgesetzt hatte, um später mit ihrem Sitzplatzticket hineinzugehen. Stehen müsse sie nicht mehr, erklärte sie mir, das überlasse sie ihrem Mann. Dieser wiederum erzählte mir von einem Erlebnis auf einem Konzert im Jahr 2010. Bei diesem Konzert kam es zu dem äußerst seltenen Fall, dass Prince die Bühne verließ, durch den Bühnengraben lief und die Leute mit Handschlag begrüßte. Anton beschrieb das Geschehnis so: »Er ging an mir vorbei, ich ergrieff seine Hand, als er stehen blieb, nahm ich die andere Hand und sah ihm tief in die Augen. Das war der Moment, ich dachte, ich könnte nun in Frieden sterben.« (Anton, 40 Jahre).

Später im Gespräch eröffnete er, er liebe das Geräusch, das Princes Absätze auf dem Boden verursachten, und dies sei der Grund, warum er immer bemüht sei, nah an der Bühne zu sein und fügte die Zeile hinzu: »I know this sounds a little bit gay, but it's true«

(Anton, 40 Jahre). Andeutungen wie diese fanden sich in fast allen Interviews wieder, von weniger expliziten Aussagen wie »When he enters the stage, I feel nothing but love« (Jason, 45 Jahre) zu Einschätzungen wie dieser:

When all these straight men, behaving like hardcore-teenage-fan-girls say they are not attracted to him – they simply lie. (Hans, 46 Jahre).

Die Vorstellung einer homoerotischen Komponente im Kontext der Untersuchung einer heterosexuellen, heteronormativen und maskulinen Fankultur stellt ein hoch sensibles Feld dar, in dem es nur wenige Formen der Direktheit zu geben scheint. Die Überbetonung der eigenen maskulinen Identität scheint in diesem Kontext als Verschleierungspraktik zusätzlicher und zugleich untergründiger Beweggründe des Fantums zu dienen. Die Überzeichnung einer geschlechtlichen Performance wirkt in sich selbst, nach Butler als fragiles Moment der Aufrechterhaltung, welches sich durch die zwanghafte Repetition selbst *ad absurdum* führt (Schuster 102). Obwohl ein handlungsmotivierendes Bedürfnis nach Nähe besteht, ist in dieser Illusion von Nähe das Moment der Unüberschreitbarkeit einer Grenze immer schon enthalten (Lacan 49). Diese Unerreichbarkeit ist es, die das Bedürfnis nach Nähe sagbar macht. Es wird deutlich, dass es vordergründig um eine Nähe zum Geschehen geht, andere Motivationen können in diesem Kontext leicht unterschlagen werden. Die Umschreibungspraktiken des Unsagbaren, wie »Magie« oder »Aura«, die es zu erleben gilt, übernehmen in diesem Kontext Stellvertreteraufgaben. Die verneinte Identifikationsstruktur warf von Beginn der Studie Fragen auf, die allein anhand der Überlegungen zu einer *cross-dressenden* Kleidungspraktik und der aus dieser resultierenden Zwischengeschlechtlichkeit resultieren könnten, aber im Kontext dieser Studie nicht abschließend beantwortet werden können. In vielen Fällen wurden Fragen bezüglich des Begehrens kategorisch abgeblockt. Das Erleben dieser abrupten Blockade innerhalb der jeweiligen Gesprächssituation zeigte, dass es sich hierbei um einen Bereich jenseits des Sagbaren (*Psyche der Macht* 189) handelte. Dabei werden geltende Normen eines heteronormativen Begehrens zwar unterwandert, aber realisieren sich lediglich »im Verborgenen« (*Die Macht der Geschlechternormen* 52). Das transformative Potenzial, welches in der

Artikulation dieses Begehrens ohne eine Minderung der eigenen männlichen Selbstidentifikation liegen könnte, kann aufgrund der Unsagbarkeit nicht realisiert werden. Durch die Verschleierung des Begehrens kann es nicht als eine aktive Re-Artikulation der Normen (*Haß spricht* 71) und somit nicht als Ressource für Abweichung und Widerstand gegen herrschende Muster heteronormativer Männlichkeit genutzt werden (Ricken 111).

Die Person des Künstlers und das auf sie projizierte Begehren haben somit keinen freieren Umgang mit der eigenen männlichen Selbstidentifikation zur Folge, wie man vielleicht anhand der von der Künstlerpersona propagierten geschlechtlichen Nicht eindeutigkeit und Uneingeschränktheit vermuten mag. Vielmehr artikuliert sich in der Betrachtung dieser Fankultur ein Desiderat nach Transgression geschlechtlicher Normen, das in der Umsetzung in einem heteronormativen Alltagskontext zum Scheitern verurteilt ist.

Literatur

- Adorno, Theodor W. *Essays on Music*. London: University of California Press, 2002.
- Benjamin, Walter. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit: Mit Ergänzungen aus der Ersten und Zweiten Fassung*. Bielefeld: transcript, 2011.
- Butler, Judith. *Das Unbehagen der Geschlechter*. Berlin Suhrkamp, 1990.
- Butler, Judith. *Haß spricht: Zur Politik des Performativen*. Berlin 2006.
- Butler, Judith. *Psyche der Macht: Das Subjekt der Unterwerfung*. Berlin: Suhrkamp, 2002.
- Butler, Judith. *Die Macht der Geschlechternormen und die Grenzen des Menschlichen*. Berlin: Suhrkamp, 2009.
- Davies, Charlotte A. *Reflexive Ethnography: A Guide to Researching Selves and Others*. London: Routledge, 2007.
- Davies, Jude. It's like feminism, but you don't have to burn your bra: Girl Power. *Living Through Pop*. Ed. Andrew Blake, 159–173. New York: Routledge, 1999.
- Edwards, T. *Erotics and Politics: Gay Male Sexuality, Masculinity and Feminism*. London: Routledge, 1994.

- Fischer-Lichte, Erika. *Performativität: Eine Einführung*. Bielefeld: transcript, 2013.
- Flick, Uwe. *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek: Rowohlt, 2005.
- Folger, Robert. Geschlechterentwürfe und die (Ent-)Pluralisierung des Subjekts. *Geschlechtervariationen: Gender-Konzepte im Übergang zur Neuzeit*. Ed. Judith Klinger, 131–156. Potsdam: Universitätsverlag Potsdam, 2006.
- Freud, Sigmund. Zeitgemäbes über Krieg und Tod. *Warum Krieg? Der Briefwechsel mit Albert Einstein*. Ditzingen: Reclam, 1956.
- Fritzsche, Bettina. *Popfans. Studie einer Mädchenkultur*. Opladen: Budrich, 2003.
- Geertz, Clifford. *Dichte Beobachtung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Berlin: Suhrkamp, 2003.
- Heylin, Clinton. *Bootleg: The Rise & Fall of the Secret Recording Industry*. London: Omnibus Press, 2003.
- Joos-Bernau, Christian. *Das Pop-Konzert als para-theatrale Form. Seine Varianten und seine Bedingungen im kulturell-öffentlichen Raum*. Göttingen: Vadenhoek & Ruprecht, 2010.
- Kauer, Katja. *Popmusik und Männlichkeit. Zwei Phänomene in prekärer Wechselwirkung?* Berlin: De Gruyter, 2008.
- Lacan, Jacques. *Die Objektbeziehung*. Seminar VI. Wien: Turia & Kant, 2011.
- Mazullo, Mark. Revisiting the wreck. PJ Harveys Dry and the downed virgin whore. *Popular Music* 20.3 (2001): 431–447.
- Ottomeyer, Klaus. Zur psychologischen Wirkung des Geldes. *Geld und Gesellschaft: Interdisziplinäre Perspektiven*. Ed. Paul Kellermann, 227–250. Wiesbaden: VS, 2006.
- Ricken, Norbert. *Judith Butler: Pädagogische Lektüren*. Wiesbaden: VS, 2012.
- Ro, Ronin. *Prince. Inside the Music and the Masks*. New York: St. Martins Press, 2011.
- Schuster, Nina. *Andere Räume. Soziale Praktiken der Raumproduktion von Drag Kings und Transgender*. Bielefeld: transcript, 2010.
- Tietz, Lüder. Homosexualität, Cross-Dressing und Transgender: Heteronormativitätskritische kulturhistorische und ethnographische Analysen. Diss. Universität Oldenburg, 2011.
- Wood, Julia. *Gendered Lives: Communication, Gender and Culture*. Boston: Wadsworth, 2011.

»Ich bin dann mal im Real Life!« Nutzung von Social-Media- Plattformen im Umgang mit Nähe und Distanz in Fankulturen

Sandra Mauler

Wer vor 20 Jahren im deutschsprachigen Raum aktiver Fan einer oder eines Bündels von Fernsehserien war, wird bei einem Blick in die Welt aktueller Fangemeinschaften vielleicht von dem Ausmaß überwältigt sein, in welchem die neuesten Medientechnologien in der Fankultur aufgegriffen werden. Nun lässt sich zwar argumentieren, dass eine intensive Nutzung von Social-Media-Plattformen nicht nur im Rahmen von Fangemeinschaften üblich ist, jedoch fällt der spezifische Medienumgang von Fans bei der Erforschung ihrer Handlungspraxis auf.

Der vorliegende Beitrag ist aus einer ethnografischen Untersuchung im Bereich von Fanfiction zu populären TV-Angeboten hervorgegangen. Neben intensiven Phasen der teilnehmenden Beobachtung und des Austausches auf amerikanischen und deutschen Online-Plattformen umfasste diese zusätzlich E-Mail-Kommunikation, persönliche Treffen, formale Interviews und informelle Gespräche. Das herangezogene Material entstammt in erster Linie allgemeinen Beobachtungen zum Verhalten von Nutzern auf Fanfictionplattformen, *Facebook* und *Twitter* im Kontext ihres Fan-Seins. Basierend auf den festgestellten vielfältigen Nutzungsweisen von Onlinemedien entstand die Vermutung, dass ebendiese als Modi der Regulierung von Distanzerfahrungen dienen. Eine Schärfung und Differenzierung dieser These erfolgte schließlich mittels einer Vielzahl von Chatgesprächen und persönlichen Interviews mit neun Fans aus verschiedenen Teilen Deutschlands. Dabei konnte deren Zusammenfinden und -wachsen als Gruppe u.a. über den Gebrauch von Social-Media-Plattformen im Anschluss an ein persönliches Treffen über mehrere Monate hinweg begleitet werden.

Wenn auch nur am Rande des eigentlichen Forschungsinteresses in den Blick genommen, so zeigte sich gerade im regelmäßigen Mitleben und Austausch mit dieser Fangruppe, dass der Umgang mit internetbasierten Social-Media-Plattformen als nicht hinterfragter, wesentlicher Bestandteil des Handelns von Fans allgegenwärtig ist. So konnte ich im Rahmen eines Forschungsaufenthaltes bei dem Besuch eines Fantreffens in Berlin im Oktober 2013 folgende Situation miterleben (Auszug aus dem Forschungstagebuch):

Zu fortgeschrittener Stunde drängen sich fünf junge Frauen auf der schmalen Fläche vor dem Notebook und sehen sich die Videoaufnahme eines Skype-Chats vom gerade beendeten Fantreffen an. »Das war klasse, dass seine Frau das getweetet hat, als wir geskyppt haben.« Die Sprecherin erntet begeistertes Nicken von ihren eben erst gefundenen Freundinnen. »Welcher Tweet?« fragt eine der fünf und erhält ein kleines Bild auf dem Display eines der allgegenwärtigen Mobiltelefone zur Ansicht, welches den Skypepartner mit seinem Tablet-PC zeigt, begleitet von einem kurzen englischen Text, der verrät, dass er gerade mit Fans in Deutschland spricht. »Jetzt müssen wir dir aber echt deinen Twitter-Account anlegen«, erklärt ihr eine der anderen Fangirls bestimmt, und schon wird das Notebook eingesetzt, um gemeinschaftlich für die noch twitter-lose Kollegin zu entscheiden, welchen Mitarbeitern des Fernsehproduktionsteams, welchen bekannten Fanautorinnen und welchen anderen Accounts sie am besten folgen sollte, um immer up-to-date zu sein. Die Wahl des Profilbildes fällt auf einen Schnappschuss des Tages in »Fanoutfit«, und parallel dazu wird auf ihrem Smartphone die Twitter-App herunter geladen und eingerichtet, damit sie sich möglichst rasch mit allen Aspekten der Microblogging-Plattform vertraut machen kann.

Stellt ein persönliches Zusammentreffen von Fans ein außerordentliches Ereignis zum Aufbau und der Pflege persönlicher Bekanntschaften zu anderen Fans dar, so wird gerade an der medialen Durchdrungenheit der Veranstaltung und deren Gestaltung durch die Teilnehmer deutlich, welche basale Rolle der Einsatz von Medien in der Fangemeinschaft darstellen muss. Beispielsweise wurden *Twitter*-Namen an besagtem Treffen zusätzlich zum gewünschten Anredenamen auf dem Namensschild der einzelnen Teilnehmer vermerkt. Ebenso selbstverständlich scheinen *tumblr*-Accounts zu den Kontaktinformationen von Fans zu gehören. Auch Fanfiction-Autoren geben auf Fanfictionarchiven wie *fanfiction.net* oder *fanfiktion.de* ihre

tumblr-Blogs unter zumeist auf das jeweilige Fanobjekt bezogenen Nicknames als Kontaktmöglichkeit an. Manche weisen außerdem darauf hin, dass sie interessierte Leser via *Twitter* über die neuesten Updates ihrer Geschichten auf dem Laufenden halten.

Rezente Medientechnologien erlauben zunehmend die Entbin- dung interpersonalen Beziehungen von geografischer Nähe und ha- ben zur Entwicklung neuer Interaktionsräume geführt (Willand 27f), welche auch Fans zur Vergemeinschaftung nutzen. Im Folgenden sollen anhand ausgewählter Beispiele insbesondere jene Aspekte der Nutzung von Social-Media-Plattformen dargestellt werden, welche sich auf den Umgang mit Nähe und Distanz im Alltag der einzelnen Fans beziehen. Als erstes ist hierbei die Herstellung eines Nähever- hältnisses zum eigentlichen Fanobjekt und dessen Produktionsumfeld anzuführen, welches geografisch in der Ferne liegt. Davon zu unter- scheiden sind die Funktionen, welche Social-Media-Plattformen zur Vernetzung einer global verteilten Fangemeinschaft leisten. Als drit- ter, und nicht zu vernachlässigender, Punkt wird auch die Handha- bung derselben Medien durch Fans diskutiert, welche über den direk- ten Bezug auf ihr Fanleben in ein anderes, als größtenteils außerhalb liegend verstandenes, »Real Life« hinaus reichen. Hierbei interessiert besonders, auf welche Art und Weise Aspekte des Fan-Seins gegen das übrige Alltagsleben ausbalanciert werden.

Im ersten Moment verweisen die Begriffe von »Nähe« bzw. »Dis- tanz« auf ein scheinbar objektiv zu fassendes raumzeitliches Verhält- nis zwischen mehreren Punkten oder Personen. Relevant wird dieses in seiner Beurteilung als Grundlage für Beziehungen bzw. allgemeiner für Interaktionsprozesse. Soziale Näheverhältnisse können im Ein- zelnen als »ausreichend« oder bedrohlich im Sinne von »zu großer Nähe« wahrgenommen (Dörr, Müller 7), aber speziell im Kontext des Fan-Seins vor allem auch als Distanzerfahrung erlebt werden. Sie werden demnach in erster Linie als subjektive Erfahrungen von Raum und Zeit aus Perspektive der einzelnen Akteure bedeutsam. Damit ist die Einschätzung von Nähe und Distanz zwar eng an den Leib geknüpft, welcher für den Menschen in seinem habituellen Funktionieren den ersten fraglos gegebenen Erfahrungskomplex darstellt (Schütz 214), aber, wie das gesamte Verständnis von Raum und Zeit, auch stets historisch und kulturell geformt. Seit dem Beginn

der Moderne ist »die Wahrnehmung und die Aneignung von Raum und Zeit [...] noch stärker als zuvor an die Entwicklung von Technik gebunden« (Kaschuba 22), welche insbesondere in Bezug auf die Nutzung von Social-Media-Plattformen deutlich wird.

Die hier wahrgenommenen sozialen Räume und Beziehungen sind nicht zwingend real-physisch, sondern ragen ins oder wurzeln gar im Virtuellen. Zentral ist, dass diese in der Vorstellung und dem Handeln des Einzelnen hergestellt werden (Dörr, Müller 7).

Medienhandeln bezogen auf das Fanobjekt

Deutschsprachige Fans US-amerikanischer TV-Produktionen erleben sich in ihrem Fan-Sein mitunter als abgeschottet. Auch wenn sie sich als Teil einer globalen Fangemeinschaft betrachten, werden die amerikanischen Kollegen darum beneidet, vermeintlich näher an das Objekt der Begeisterung heranzukommen und mehr Möglichkeiten zu haben, um ihr Fan-Sein aktiv auszuleben. Nicht nur, dass die amerikanischen Fans die Ausstrahlung neuester Episoden einer Serie unmittelbar verfolgen können, nein, die spezifische Fankultur in Amerika wird auch als sichtbarer verstanden als sie beispielsweise in Deutschland wahrgenommen wird. Dies gilt insbesondere aufgrund der Conventions, bei denen sich Fans in den USA zusammenfinden, teilweise hohe Preise und lange Wartezeiten in Kauf nehmen, um die Gelegenheit zu haben, die Stars ihres Fankultes live zu erleben, ein Autogramm zu erhalten und ganz das Gefühl zu genießen, unter Gleichgesinnten zu sein und nicht zuletzt auch Fandom-bezogene Objekte unterschiedlichster Art erwerben zu können. In Gesprächen mit deutschen Serien-Fans zeigte sich, dass sie sich in all diesen Aspekten als benachteiligt betrachten. »Die haben in Amerika massenweise Sachen wie ComicCon, wo die Darsteller kommen, das haben wir nicht«, beklagt eine befragte Schülerin die mangelnden Möglichkeiten in Deutschland, ihre Lieblingsschauspieler zu treffen. Sie erlebt sich in Europa am Rande der Fangemeinschaft, mit einer großen Distanz zu den Objekten ihrer Bewunderung einerseits und zu anderen Fans andererseits.

Medientechnologien unterschiedlichster Art nehmen im Management dieses Distanzerlebnisses eine zentrale Funktion ein. Stellt das Fernsehen, über welches das Publikum erst in Kontakt mit dem Fanobjekt kommt, zwar ein grundlegendes Medium dar, so ist es nicht zwangsläufig als das Zentrale in der Fangemeinschaft zu sehen. Dies gilt insbesondere für deutschsprachige Fans, welche die heimischen Sendeanstalten mitunter eher als Störfaktor empfinden, weil sie als weitere Akteure von außen den Zugang zum Fanobjekt steuern oder gar behindern können. Jenkins (*Fans, Bloggers, Gamers* 138) macht deutlich, dass trotz der emotionalen Bindung und des hohen Interesses, welches Medien-Fans daran haben, in ihrem spezifischen Wissen Einfluss auf ihr Fanobjekt zu nehmen oder dafür einzutreten, diese als Gruppe nur einen kleinen Teil des Publikums ebensolcher Serien ausmachen. Die Vorstellung von der Macht der Fans und der Abhängigkeit der Sendeanstalten von ihrem treuen Publikum scheint insbesondere für deutsche Fans eine Erzählung von utopischer Qualität zu sein. So verweisen Fans eher auf amerikanische Erfolgsgeschichten, wenn es um das Zurückerobern eines Medienproduktes durch intensives Lobbying ihrer Fangemeinschaften geht. Als prominentes Beispiel wird häufig der Protest von *Star Trek*-Fans Ende der 1960er Jahre angeführt, welcher die Science-Fiction-Serie vor der Absetzung bewahren konnte. Für den deutschsprachigen Raum fallen den von mir befragten Fans keine konkreten Beispiele ein. Man protestiere zwar gegen Absetzungen, empfinde sich aber als machtlos gegenüber den Senderriesen und ihren Interessen.

Fans verlassen sich schon längst nicht mehr darauf, tatsächlich über das Fernsehen Zugang zu amerikanischen Fernsehserien zu erhalten, sondern schalten vielmehr das Internet als Bezugsquelle und dezentralen Verteiler ein. Zwischen *Apples iTunes* und zahlreichen Peer-to-Peer-Netzwerken werden unterschiedlichste Plattformen genutzt, um sich neueste Episoden anzueignen. Sowohl Orte, um die einzelnen Episoden aufzufinden, als auch Verweise auf offizielle Promo-Clips und Teaser-Videos werden innerhalb der Fangemeinschaft über Social-Media-Plattformen wie *Facebook* und *Twitter* verbreitet und somit innerhalb kürzester Zeit Nutzern zugänglich. Kaum ein Morgen nach der amerikanischen Erstausstrahlung einer neuen Episode vergeht, in welcher nicht jemand im Gruppenchat nach

einem Link zu selbiger fragt. Auf diesem Weg können auch deutschsprachige Fans innerhalb einer weltweiten Fangemeinschaft mithalten und auf dem neuesten Stand sein.

Eine zentrale Herausforderung stellt im medialen, globalen Zusammenrücken vor allem die Sprache dar. In einer Fangemeinschaft, welche sich auf ein amerikanisches Produkt bezieht, bildet insbesondere das Beherrschen der englischen Sprache die grundlegende Bedingung der Möglichkeit, über wie auch immer geartete mediale Kanäle Nähe zu diesem Produkt herzustellen. Während Fernsehzuschauer von heimischen Sendeanstalten üblicherweise mit deutschen Synchronfassungen versorgt werden, stellt dies innerhalb der über das Internet etablierten Zugänge eine Seltenheit dar. Die ersten Ausgaben, welche sich schon kurz nach der Erstausstrahlung auf verschiedensten Plattformen finden, sind üblicherweise im englischen Originalton gehalten und weisen keine sprachlichen Bearbeitungen auf. Insofern können nur jene deutschen Fans, welche ausreichend gut Englisch verstehen, entsprechend zeitnah mit der weltweiten englischsprachigen Fangemeinschaft die neuesten Erfahrungen in Bezug auf die Serie teilen.

Abgesehen von der alles andere als neuen Diskussion über die Frage nach Echtheit der Erfahrung im Allgemeinen sowie die normative Beurteilung von Synchronisationen im Speziellen, ist Englischkompetenz auch in Bezug auf weitere rund um das Fanprodukt entstehende Informationen und mediale Produkte von wesentlicher Bedeutung. Dies beginnt bei Diskussionen innerhalb der Fangemeinschaft über die jeweilige Serie, umfasst jedoch auch Interviews mit Mitgliedern des Produktionsteams oder den Schauspielern in Zeitschriften oder Talkshows, welche ebenfalls von vielen Fans verfolgt werden. Eine interessante Form dieser Sekundärprodukte stellen neben Audiokommentaren, welche auf DVDs zur Verfügung gestellt werden, unter anderem Live-Kommentierungen via *Twitter* oder Live-Chats mit den Schauspielern parallel zur Ausstrahlung einer Episode dar. Im Gegensatz zur Verbreitung in gedruckter Form, beispielsweise über Zeitschriften, entfallen hier lange Wartezeiten, die Kommunikation erfolgt nahezu synchron und lässt damit Barrieren wie Zeit und Raum zwischen den Beteiligten verschwinden. Infolgedessen

entsteht ein medial vermittelter subjektiver Eindruck von Nähe und Erreichbarkeit (Standke-Erdmann 193f).

Während gerade die Nutzung des Internets Fans von einer zeitlichen Ausrichtung ihres Zuschauerverhaltens an Ausstrahlungstermine entbindet, wird über solche Aktivitäten seitens der amerikanischen Sendeanstalten jedoch der Faktor der Zeit wieder neu eingeführt. Die Nutzung internetbasierter Social-Media-Plattformen bietet letztlich nicht nur den amerikanischen Zuschauern, sondern der weltweiten Fangemeinschaft eine Erfahrung der Gleichzeitigkeit und Nähe sowohl mit den Stars als auch mit der Serie selbst, insofern diese Technologien mehrseitige Kommunikationsmöglichkeiten darstellen. Dabei haben Medien wie *Twitter* inzwischen längst das Konzept persönlicher Statusupdates verlassen und werden vielmehr von den einzelnen Benutzern dazu eingesetzt, Informationen über Dinge, Personen und Begebenheiten, welche ihnen wichtig sind, mit anderen zu teilen (Cross 60). So können Fans die Kommentare der jeweiligen Person nicht nur parallel zum Konsum des Serienproduktes wahrnehmen, sondern diese wiederum selbst kommentieren, beantworten oder auch weiter verbreiten und damit am diskursiven Geflecht um das Fanobjekt teilhaben.

Bei aller Intensität, mit welcher die Möglichkeiten von Medientechnologien von deutschen Fans genutzt werden, um mit der globalen Fangemeinschaft und letztlich der amerikanischen mitzuhalten, zeigt allerdings gerade dieses Beispiel, dass sie die Ordnung von Zeit und Raum nicht außer Kraft zu setzen vermögen. Während der Einsatz von verschiedenen Social-Media-Plattformen und insbesondere *Twitter* bei den Nutzern das Gefühl der Gleichzeitigkeit und Unmittelbarkeit betont, wird in diesem Zusammenhang umso intensiver spürbar, dass der so nah erscheinende Andere, sei es nun ein anderer Fan oder eben ein Angehöriger der TV-Produktion selbst, letztlich körperlich doch nicht ganz so nahe ist wie gewünscht. So lässt sich beispielsweise die Zeitdifferenz zwischen dem eigenen Standort und dem fern-nahen Fanobjekt nicht ignorieren, wenn der Live-Kommentar zur amerikanischen abendlichen Ausstrahlungszeit in Deutschland in die frühen Morgenstunden fällt und ein deutscher Fan seinen Tagesablauf durchbrechen muss, um tatsächlich live daran teilzuhaben.

Die zunehmende Interaktivität des Publikums, welche Jenkins (*Fans, Bloggers, Gamers* 136) in seiner Neubetrachtung von Fangemeinschaften aufgrund ihrer Verlagerung ins Internet feststellt, erreicht in der Nutzung weltweit zugänglicher Social-Media-Plattformen wie *Facebook* und *Twitter* eine neue Dimension. Unabhängig davon, ob der einzelne Nutzer mit absoluter Gewissheit die Identität des digitalen Gegenübers, *Facebook*-Friends oder *Twitter*-Followers feststellen kann oder nicht, entsteht die geteilte Erfahrung niederschwelliger und unmittelbarer Echtzeitkommunikation, welche in das alltägliche Handeln eingebunden ist. Die Inhalte reichen dabei von produktiven Formen in Gestalt von Fanart und Fanfiction über diverse Diskussionen, welche rund um das mediale Produkt und die unterschiedlichen Deutungen desselben kreisen, bis hin zum Austausch von Begebenheiten aus dem persönlichen Alltagsleben. Die Ausführungen von Jenkins machen deutlich, dass sich auch die Produzenten von Serien der Fangemeinschaften und ihres Engagements längst bewusst sind. Sie tolerieren diese nicht nur, sondern machen sie mitunter aktiv zu Verbündeten, wenn es darum geht, im gemeinsamen, wenn auch unterschiedlich motivierten, Interesse zum Erhalt der Serie beizutragen (*Fans, Bloggers, Gamers* 145f). Dabei kommt den Medien des Austausches und deren Verfügbarkeit, welche gerade durch die rasche Verbreitung des Internets stark zugenommen hat, eine zentrale Rolle zu.

Man kann nun nicht behaupten, dass es vor zehn oder 15 Jahren an technologischen Gegebenheiten gemangelt hätte, um eine derartige weltweite Kommunikation zwischen Produzenten und Fans zu ermöglichen, jedoch sind diese mittlerweile wie selbstverständlich im Alltag integriert sowie für größere Personenkreise zugänglich geworden. Laut eigenen Angaben seitens des Unternehmens würden beispielsweise 19 Millionen deutsche Internetnutzer *Facebook* täglich verwenden und davon 72 Prozent mobile Endgeräte einsetzen (Kirch). Der *German Social Media Consumer Report* (Esche, Henning-Thurau 16) macht insgesamt sogar 72 Prozent aller deutschen Internetnutzer auf *Facebook* aus und immerhin knapp elf Prozent beispielsweise als Anwender von *Twitter*, wobei der tägliche Gebrauch zwischen 25 und 75 Prozent je nach Plattform variiert.

Es steht außer Frage, dass man analog zum eingangs erwähnten Beispiel des *Skype*-Chats auch schon vor einigen Jahren eine Video-Konferenz mit einem Mitglied des Produktionsteams zwischen Deutschland und Amerika hätte arrangieren können, allerdings verbunden mit einem wesentlich höheren Aufwand auf beiden Seiten. In diesem Fall benötigte der Gesprächspartner nicht mehr als sein ohnehin regelmäßig genutztes *iPad* sowie den bereits bestehenden *Skype*-Account. Auf Seiten der Fans konnte vom technischen Equipment, das in der Raumbuchung für das Treffen inkludiert war (Beamer, Leinwand, Internetzugang), Gebrauch gemacht werden.

Während die Möglichkeit, eine solche *Skype*-Konferenz zu führen, immer noch an eine wie auch immer geartete gegenseitige Bekanntheit zwischen dem fernen Gegenüber und zumindest einem Vertreter der deutschen Fangemeinschaft gebunden ist, stellt *Twitter* eine anders gelagerte Beziehung her. Unter Bezugnahme auf Clive Thompson bezeichnet Cross (137) diese Beziehung als *ambient intimacy*, eine distanzierte Form, sich nahe zu sein. Bereits im Prinzip des Folgens anderer *Twitter*-Nutzer, um deren Beiträge lesen zu können, ist eine tendenziell hierarchische Beziehungsstruktur grundgelegt, da der sogenannte Follower von seinem Gegenüber keiner Bestätigung bedarf (Cross 64). Insbesondere die Tatsache, dass gerade in Amerika eine hohe Zahl von Prominenten (und so auch mitunter die Schauspieler sowie die Produktionsmitglieder) mit einem eigenen Account auf *Twitter* vertreten sind, macht die Social-Media-Plattform zu einem attraktiven Ort für Fans, um den von ihnen verehrten Stars nahe zu sein und die Erfahrung zu genießen, von ihnen direkt zu lesen und nicht nur über Vermittler, im Rahmen von Interviews. Stever und Lawson stellen die Bedeutsamkeit der als direkt angenommenen Verbindungen zu den verehrten Künstlern bei der *Twitter*-Nutzung heraus, welche zu einer neuen Star-Fan-Beziehung führt: »Celebrities who dialogue with fans, and who read 'Tweets' and reply to at least some of them, have engaged in a new form of discourse that is unique to fan/celebrity interactions.« (351f).

Die interaktive Möglichkeit der Zweiwegekommunikation zwischen *Twitter*-Follower und gefolgttem Account macht *Twitter* darüber hinaus zu einer Plattform, auf welcher sich eine Praxis ähnlich der Jagd nach Autogrammen etabliert hat. So versuchen Fans von Stars

persönliche, an ihren Account gerichtete Tweets zu erhalten. Eine Studentin berichtet stolz, nachdem sie eine *Twitter*-Antwort des Hauptdarstellers ihrer Lieblingsserie erhalten hat, dass dies für sie besonders sei, da es zeige, dass er genau ihren Tweet gelesen, sie also gewissermaßen in dem großen Kreis seiner Fans als Einzelperson wahrgenommen habe. Diese Erfahrung impliziert demnach die mediale Herstellung von Nähe über geografische Grenzen hinweg, wie es für einen Fan im deutschsprachigen Raum ansonsten nur durch eine Reise in die USA möglich wäre. Zwar gibt es bei Serienfans einen solchen real-körperlichen Fantourismus ebenfalls, welcher unter anderem in Bezug auf die Reisetätigkeit von Sportfans beforscht wird, jedoch bieten Social-Media-Plattformen hier eine andere Erfahrungsmöglichkeit. Die Anerkennung der Besonderheit dieses Ereignisses schlägt sich auch in den Reaktionen anderer Fans in ihrem Umfeld nieder, welche ihr zu dem Tweet gratulierten. Diese konnten ihn nicht nur in der Öffentlichkeit der großen Follower-Gemeinschaft des entsprechenden Schauspielers auf *Twitter* selbst live miterleben, sondern als stolz geposteten Screenshot unter anderem auch auf dem *Facebook*-Profil der Studentin finden.

Social Media in der Vernetzung der Fanggemeinschaft

Mit Social-Media-Plattformen treten an die Seite von Fanwebsites, Newsgroups, Foren und Fanzines loser organisierte Follower- und Freunde-Netzwerke im Internet, dezentrale miteinander verbundene Kommunikationsräume, in denen Fans sich begegnen, Neuigkeiten austauschen und sich unter Gleichgesinnten fühlen können (Baym 90f). So wurde das eingangs erwähnte Fantreffen nicht nur über die Plattform *Facebook* organisiert, sondern *Twitter*- und *tumblr*-Accounts wurden auch zwischen neuen Bekannten als Kontaktinformationen ausgetauscht und noch im Rahmen des Treffens Gruppen auf *WhatsApp* gegründet, welche für den weiteren Austausch genutzt werden sollten.

Einige von mir befragte Fans, welche aus verschiedenen Orten Deutschlands zu dem Treffen angereist waren und sich vorher nicht gekannt hatten, haben nach dem Treffen einen gemeinsamen, nicht öffentlichen Chat auf *Facebook* begonnen. Mitgeführt auf internetfähigen Telefonen ist dieses Kommunikationsmedium für die kleine Gruppe ein Raum, der jederzeit und an jedem Ort die Möglichkeit bietet, mit anderen Fans in Kontakt zu treten, sei es nun zuhause, unterwegs oder auch am Arbeitsplatz, der Universität oder der Schule. Indem er einerseits dem Austausch aktueller Neuigkeiten über die Lieblings-TV-Serie dient, wird dieser Chat im Verlauf der Zeit auch immer wieder dazu genutzt, alltägliche Begebenheiten zu teilen, welche nicht notwendigerweise mit dem Fanleben der einzelnen Beteiligten verknüpft sind. In der ständigen Verfügbarkeit sowohl der entsprechenden Technologie als auch der Plattform wird hierbei Nähe zu anderen Fans als Gegengewicht zur Wahrnehmung der Vereinzelung als deutschsprachiger Fan einer amerikanischen TV-Serie aufgebaut. Es entsteht ein zweiter, medial vermittelter Raum parallel und zugleich mitten im Alltagshandeln, in welchem die Fangemeinschaft ungeachtet jedweder körperlicher Distanzen permanent zur Verfügung steht. Durch die Kontrolle über die zugelassenen Teilnehmer ist die Gruppe geschützt und nicht so öffentlich wie beispielsweise ein Austausch via *Twitter* oder durch Statusmeldungen auf *Facebook* und ihre zugehörigen Kommentare, welche für alle Follower bzw. *Facebook*-Freunde und oft auch unwissentlich noch weitere Personen sichtbar sind.

Gleichzeitig sind es auf der Social-Media-Plattform *Facebook* inkludierte Funktionen, welche für eine hohe Verbindlichkeit in Bezug auf die Kommunikation in diesem abgeschlossenen Chat sorgen. Indem den anderen Nutzern angezeigt wird, sobald eine Person ihre Nachricht gesehen hat, entsteht eine Erwartungshaltung, dass diese nicht nur tatsächlich anwesend und damit erreichbar ist, sondern die ablaufende Kommunikation auch verfolgt und dazu Stellung bezieht. Diese Reaktion kann dann entweder in einem eigenen Kommentar bestehen und der aktiven Teilnahme am Gespräch oder auch nur in einem affirmativen *Facebook*-Daumen oder einem Emoticon. Meinen Beobachtungen zufolge entsteht innerhalb des Chats eine geregelte Kommunikation, von der sich Beteiligte auch höflich verabschieden,

wenn sie diese aus verschiedensten Gründen verlassen. So entschuldigen sich Fans beispielsweise zum Essen oder zur Arbeit, indem sie darauf verweisen, dass sie sich ins »Real Life« begeben müssten.

Im Umgang mit Nähe und Distanz zu anderen Fans spielt in der Handlungspraxis mit Social-Media-Plattformen ihr jeweils inhärentes Verhältnis von relativer Öffentlichkeit und geschützter, persönlicher Kommunikation eine wesentliche Rolle. Wohl verfügt auch die Micro-Blogging-Plattform *Twitter* über die Möglichkeit, Direktnachrichten an andere Nutzer zu senden, der Hauptteil der Kommunikation findet aber vor der Gesamtheit der eigenen Follower als Publikum statt, welche darauf mittels ebenso öffentlicher Tweets antworten oder diese unkommentiert an ihre eigenen Follower weiterleiten können. In dieser Hinsicht sind gerade *Twitter* und die strukturell ähnlich aufgebaute Blogging-Plattform *tumblr* weniger dazu geeignet, einen vergemeinschaftenden Begegnungsraum zwischen Fans herzustellen, sondern vielmehr optimale Medien, um eine Neuigkeit oder einen Kommentar in Bezug auf das gemeinsame Fanobjekt über die verknüpften Follower-Netzwerke rasch in der Fangemeinschaft zu verteilen.

Die Schattenseite dieser Informations- und Kommunikationsnetzwerke zwischen den unterschiedlichen Fan-Accounts besteht unter anderem in ebenso schnell ausufernden *Flame-Wars* bzw. *Shitstorms* (darunter versteht man die Anhäufung einer großen Anzahl entrüsteter Äußerungen innerhalb kürzester Zeit auf Onlinemedien). Hierbei ist besonders die unkomplizierte Nutzung des Mediums ein wesentlicher Faktor, welcher eine Auseinandersetzung zwischen Nutzern allzu leicht in einen aggressiven, untergriffigen Austausch umschwenken lassen kann. Im Sog des Follower-Netzwerkes können solche Attacken binnen kürzester Zeit zu einer Vervielfachung der negativ gefärbten Beiträge und Ausdrücke der Entrüstung führen.

Letztlich werfen derartige Auswüchse jedoch ein schlechtes Bild auf Fans im Allgemeinen und auf die anderen Fans desselben Fanobjekts im Speziellen. Es verhält sich ähnlich wie beim öffentlichen Bild von Fußballfans, welches vom randalierenden Verhalten der Hooligans negativ beeinflusst wird. Insbesondere innerhalb der bereits genannten Chatgruppe von Fans sorgen solche Vorkommnisse auf *Twitter* immer wieder für Gesprächsstoff. Die einzelnen Fans erleben

es als unangenehm und unangemessen, wie sich andere Fans miteinander, gegenüber Fans anderer Produktionen oder gar Produktionsmitarbeitern verhalten und versuchen sich, wenn möglich, bewusst davon zu distanzieren. Sie verwehren sich gegen die aktive Teilnahme an einem Flame-War ebenso wie sie nicht mit derartig agierenden Fans assoziiert werden wollen. Im losen Netzwerk-Verbund über Social-Media-Plattformen ist es nur schwer möglich, verbindliche Regeln für eine globale Fangemeinschaft aufzustellen und etwaige Verstöße beispielsweise gegen die Höflichkeit zu ahnden. Als einzig mögliche Konsequenz kann von den einzelnen Fans daher nur das Lösen von Direktbeziehungen (zum Beispiel *Facebook*-Freundschaften) oder das Entfolgen auf *Twitter* als Maßnahme gezogen werden.

Zwischen Fanleben und »Real Life«

An den öffentlichen Bildern von Fans, welche Jenkins am Beispiel der »Trekkies« beschreibt (*Textual Poachers* 9–12), hat sich bis heute noch nicht allzu viel geändert. Klassische Fanstereotype umfassen beispielsweise den realitätsfernen Zuschauer, der sich sogar so kleidet wie seine Lieblingshelden, angeklebte Körperteile wie spitze Ohren inklusive. Ein anderes Bild, welches auch einige der befragten Fans erwähnen, verweist auf den Fernsehsüchtigen, der keine anderen Interessen hat, als an der Mattscheibe zu kleben und eine ungesunde bleiche Hautfarbe aufweist sowie über keinerlei soziale Kontakte verfügt. Als weitere Variation werden die zumeist in Gruppen auftretenden, kreischenden jungen Mädchen genannt, welche vor Aufregung beinahe in Ohnmacht fallen, wenn die von ihnen verehrten Musiker die Bühne betreten und bereitwillig alles Geld in den Erwerb von Dingen stecken, welche in irgendeiner Form mit diesen verknüpft werden können (Jenson 11f). Dazu kommen noch Vorstellungen von radikalen und aggressiven Fans wie die bereits genannten Hooligans, welche in ihrer Rivalität mit anderen Fangruppen besonders auffallen. Alles in allem handelt es sich bei den angeführten Vorstellungsbildern um eher negativ konnotierte Fremdzuschreibungen.

gen, welche insbesondere in der Bewertung fankulturellen Handelns, dessen Ausmaßes und angenommenen Ursachen, aus Perspektive der Fans selbst, in ihrem Umfeld vorzuherrschen scheinen. Aktive Fans, welche diese Selbstbezeichnung für sich nutzen, sehen sich daher dazu gezwungen, damit umzugehen und sich in entsprechender Weise zumindest innerhalb der Fangemeinschaft oder auch in ihrem alltäglichen Leben dazu zu verhalten.

Eine 16-jährige Schülerin, welche ich im Zuge meiner Forschung kennenlernte, beschreibt das absolute Unverständnis, ihrer Mitschüler, wenn sie begeistert davon erzähle, dass sie die Nacht damit verbracht habe, die neueste Episode ihrer Lieblingsserie zum frühestmöglichen Zeitpunkt online anzuschauen. Sie führt aus, dass nur ein anderer Fan, auch wenn seine Faszination einem anderen Fanobjekt zugewandt ist, das Fan-Sein wirklich verstehen könne: »In der Schule habe ich ein Mädchen kennengelernt, das genauso tickt wie ich. Sie ist auch ein Fangirl und schwärmt für TV-Serien, Filme und Stars. Einfach nur das »Fangirl-Sein« verbindet schon, egal was der eine oder andere mag.« Andere Personen hingegen würden ihr Verhalten als »verrückt« bezeichnen. Ähnliches beschreibt eine weitere Informantin, welche sich sicher ist, dass ihre Familienangehörigen, ihre Begeisterung nicht nachvollziehen könnten. Obwohl sie sich ihr gegenüber nicht abwertend verhalten, vermutet sie, dass ihre Verwandten ihr Fan-Sein als Kompensation für einen anderen fehlenden Teil des Lebens auffassen. Dabei schwingt immer noch eine pathologisierende Sichtweise auf Fan-Sein durch Nichtfans mit (Jenson 10–13). Die junge Frau weist auch darauf hin, dass es im Blick von Außenstehenden einen Unterschied mache, welcher Fangemeinschaft man angehöre, da es dabei angesehene und weniger angesehene bzw. unbekanntere gibt. So sei es weniger problematisch, wenn man sich für einen Popsänger oder bekannten Hollywoodschauspieler begeistere, wohingegen man durchaus damit rechnen müsse, »schräg angeguckt« zu werden, wenn man für eine weniger bekannte TV-Serie schwärmt. »In dem Moment, wo die Leute die Sache, die du magst, nicht mehr kennen bzw. nicht mehr verstehen, was du daran findest, fangen sie an dich zu judge [Anm. d. A.: verurteilen]«, erläutert sie. Hier wird deutlich, dass das Fan-Sein für den Einzelnen auch im engsten alltäglichen Umfeld eine Distanzerfahrung bedeuten kann, wenn dieser

sich mit Nichtwissen oder gar Ablehnung konfrontiert sieht. Die meisten Fans, mit denen ich diesbezüglich gesprochen habe, sind sich darüber einig, dass es außerhalb der Fangemeinschaft sinnvoll sei, vorsichtig mit dem Bekenntnis zum Fan-Sein und dem Darstellen der eigenen Fanaktivitäten umzugehen.

Nicht ungewöhnlich ist so auch unter Fans die Unterscheidung zwischen ihrem Fanleben und dem sogenannten »Real Life«, dem anderen, »wahren« Leben. In ihrem realen, körperlichen Umfeld differenzieren sie stark, wem gegenüber und in welchem Ausmaß sie die Facetten ihres Fan-Seins zeigen können. Als Fans sprechen sie davon, dass ihre Begeisterung ein Teil von ihnen ist, den sie Familie, Bekannten, Arbeitskollegen nur bis zu einem bestimmten Grad zugänglich machen, um einer Negativbeurteilung vorzubeugen. Diese Praxis fängt bereits in der Nutzung von Social-Media-Plattformen an, welche selbst vom »Real Life« durchzogen sind und insbesondere im Fall von *Facebook* den Anspruch erheben, in ihrer Vernetzungsfunktion real-körperliche Bekanntschaftsbeziehungen zwischen ihren Nutzern nachzubilden.

Es ist bei den von mir angetroffenen Fans ein stark ausgeprägtes Bewusstsein dafür vorhanden, dass ihre Äußerungen auf einer Plattform wie *Facebook* auf das Bild zurück wirken, welches Personen ihres Umfeldes von ihnen haben. Die Social-Media-Plattform wird von ihnen kaum als Spielplatz eines Ausprobierens von Identitäten verstanden, wie dies nach dem Konzept virtueller Identität, welche nur teilweise an die ganze Person des Nutzers gebunden ist oder losgelöst von dieser besteht, bei Turkle und Schmidt in *Leben im Netz* als ein wichtiges Potenzial internetbasierter Kommunikation dargestellt wird.

Gerade die in den Nutzungsbedingungen verankerte Klarnamenpflicht auf *Facebook*, also das Gebot der Verwendung des vollen bürgerlichen Namens mit der Begründung, dass die Nutzer schließlich von ihren »Real Life«-Bekannten auch im Internet wieder gefunden werden wollen (Steinschaden 7), fordert von den Fans einen vorsichtigen Umgang mit ihrem Fanverhalten, welches aus ihrer Sicht nicht zwangsläufig all ihren Bekannten zuzumuten ist. In ihren Äußerungen auf *Facebook*, sei dies nun in Bezug auf Angaben zu ihrer Person, Fotos oder auch Statusnachrichten und geteilte Inhalte, beden-

ken Nutzer ihre internetbasierten Gemeinschaften wie auch ihre dem Alltagsleben entstammenden Bekanntschaftsnetze, welche darauf Zugriff haben (Miller 172). So erzählt eine junge Frau, dass sie bemüht wäre, ihren *Facebook*-Account von allen Fanaktivitäten freizuhalten. Eine Schülerin hingegen, welche durchaus auch auf *Facebook* ihr Fan-Sein äußert, wägt hingegen sorgfältig ab, von welchen Bekannten und Mitschülern sie eine Freundschaftsanfrage annimmt, mit wem sie also bereit ist, diese Seite ihres Selbst zu teilen. Sie macht deutlich, dass es eines entsprechenden gegenseitigen Vertrauens bedarf, sich in Bezug auf das von ihr als sehr persönlich empfundene Fan-Sein gegenüber anderen zu öffnen. Daran wird deutlich, dass es eine Frage persönlicher Nähe oder Distanz ist, inwieweit Fan-Sein auch auf Social-Media-Plattformen sichtbar gemacht werden kann. In dieser Hinsicht handelt es sich, wie am Beispiel von *Facebook* und den Aussagen meiner Informantin verdeutlicht, um eine Frage der Enge der Beziehung zwischen den kommunizierenden Personen.

Eine andere Praxis des Umgangs mit dem Selbstaspekt des Fan-Seins im Rahmen internetbasierter Kommunikation auf Social-Media-Plattformen bildet die Distanzierung von der realen Person des täglichen Lebens. Während *Facebook* diese Praxis nicht vorsieht, ist es auf den Blogging-Plattformen *Twitter* und *tumblr* durchaus üblich, dass die Nutzer von ihrem bürgerlichen Namen abgekoppelte Pseudonyme verwenden. Gerade hierbei wird die Widersprüchlichkeit in der Anwendung von Plattformen sichtbar. Einerseits wird die Herstellung von Nähe zum bewunderten Schauspieler auf *Twitter* dadurch ermöglicht, dass dessen *verified account* eindeutig mit seiner realen Person verbunden werden kann, andererseits besteht der Effekt von durch Fans selbst gewählten Benutzernamen umgekehrt gerade darin, ihnen ein gewisses Maß an Anonymität und Distanzierung von ihrem Alltags-Ich zu erlauben. Indem diese Namen häufig spezifische, auch insbesondere nur von anderen Fans lesbare, Verweise auf das Fanobjekt beinhalten, platzieren sich die jeweiligen Nutzer unter Ausschluss ihres »Real Life«-Umfeldes eindeutig innerhalb der Fangemeinschaft.

Fazit

In der Zusammenschau dieser Überlegungen zeigt sich, dass an der Art und Intensität der Nutzung von aktuell zur Verfügung stehenden Social-Media-Plattformen durch Fans deutlich wird, wie diese als Medien zum Umgang mit der Erfahrung von Nähe und Distanz in Bezug auf das Fanleben eingesetzt werden. Dabei sind es gerade die spezifischen Unterschiede der einzelnen Plattformen, welche es Fans erlauben, unterschiedliche Aspekte in Bezug auf die Positionierung innerhalb und zur Fangemeinschaft zu verhandeln. Plattformen wie *Twitter*, *tumblr* und *Facebook* wirken aktiv eingesetzt gleich Katalysatoren in der Ausformung von Fankultur. Sie erlauben es, ein Geflecht an Bedeutungen zwischen Fans und Fanobjekten herzustellen, welches mitten in ihrem Alltag und zur selben Zeit parallel dazu angesiedelt ist.

Um noch einmal auf das Beispiel der fünf jungen Frauen zurückzukommen, die im persönlichen Kontakt als Fans einer amerikanischen TV-Serie im Rahmen eines Fantreffens zusammenkommen, sich vor einem Bildschirm versammeln und sich gleichzeitig auf *Twitter* und *Facebook* begegnen, sei darauf hingewiesen, dass es gerade diese Ausnahmesituation ist, welche die Modi alltäglichen Handelns und dessen Implikationen verdeutlicht. In der realen Begegnung wird von ihnen aktiv eine Verknüpfung zwischen der fern-nahen Fangemeinschaft in ihrer medialen Vernetzung und ihrem individuellen »Real Life« hergestellt. Dabei entsteht ein Zwischenraum, der Anteil an beiden Bereichen hat, aber weder allein dem Fanleben noch dem, von Fans als Gegenpart betrachteten, realen Alltagsleben angehört. Über die mediale Nutzung, wie beispielsweise das Festhalten der Erfahrung auf Video, in Fotos, Live-Tweets und *Facebook*-Meldungen, sowie durch das Einrichten virtueller Gruppen wird der auf dem Treffen entstehende Raum gleichsam medialisiert und dabei sowohl für nicht körperlich anwesende Fans als auch zukünftige Zugriffe der Teilnehmer selbst auf Dauer gestellt. An dieser über Social-Media-Plattformen geformten Schnittstelle zwischen Fanleben und »Real Life« lassen sich bemerkenswerte Beobachtungen zu den kulturellen Praktiken von Fans machen.

Was in diesem Beitrag noch offen bleibt, betrifft unter anderem den Imperativ, welcher in den erweiterten Möglichkeiten fankulturellen Handelns durch die Nutzung von Social-Media-Plattformen enthalten sein könnte. So wäre es beispielsweise wichtig, sich näher mit der Frage auseinanderzusetzen, inwieweit diese gleichzeitig eine Aufforderung darstellen, sich für den Erfolg und die Bekanntheit des Fanobjektes mitverantwortlich zu fühlen und aktiv daran zu beteiligen, um sich als »wahrer Fan« innerhalb der Fangemeinschaft zu beweisen.

Literatur

- Baym, Nancy K. *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge/Malden: Polity, 2011.
- Cross, Mary. *Bloggerati, Twitterati: How Blogs and Twitter are Transforming Popular Culture*. Santa Barbara: Praeger, 2011.
- Dörr, Margret und Burkhard Müller. *Nähe und Distanz: Ein Spannungsfeld pädagogischer Professionalität*. Weinheim/München: Juventa, 2006.
- Esche, Jonas vor dem und Thorsten Henning-Thurgau. *German Social Media Consumer Report*. Münster: Social Media Think:Lab, 2013.
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 2009.
- Jenkins, Henry. *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York UP, 2006.
- Jenson, Joli. Fandom as Pathology. The Consequences of Characterization. *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Ed. Lisa A. Lewis, 9–29. London/New York: Routledge, 1992.
- Kaschuba, Wolfgang. *Die Überwindung der Distanz: Zeit und Raum in der europäischen Moderne*. Frankfurt: Fischer, 2004.
- Kirch, Nico. Facebook – Das erste Mal offizielle tägliche Nutzerzahlen für Deutschland, 14. Okt. 2013. <http://www.socialmediastatistik.de> (30. Nov. 2013).
- Miller, Vincent. *Understanding Digital Culture*. Los Angeles: Sage, 2011.
- Schütz, Alfred. *Das Problem der Relevanz*. Frankfurt: Suhrkamp, 1971.
- Standke-Erdmann, Barbara. Zusammen – Getrennt. Menschliche Nähe im Internet. *Die Globalisierung der Intimität. Die Zukunft intimer Beziehungen im Zeitalter der Globalisierung*. Eds. Wolfgang Hantel-Quitmann und Peter Kastner, 193–200. Gießen: Psychosozial-Verlag, 2002.

- Steinschaden, Jakob. *Phänomen Facebook. Wie eine Webseite unser Leben auf den Kopf stellt*. Wien: Ueberreuter, 2010.
- Stever, Gayle S. und Kevin Lawson. Twitter as a way for celebrities to communicate with fans. Implications for the study of parasocial interaction. *North American Journal of Psychology* 15.2 (2013): 339–54.
- Turkle, Sherry und Thorsten Schmidt. *Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1999.
- Willand, Ilka. *Chatroom statt Marktplatz. Identität und Kommunikation zwischen Öffentlichkeit und Privatheit*. München: Kopaed, 2002.

Fan-Made Transmedia Storytelling

Ramón Reichert

Internetbasierte Gesellschaften haben im Alltagsgebrauch der sozialen Netzwerkseiten die traditionellen Formen des Schreibens und Lesens der Buchkultur auf maßgebliche Weise verändert. Die Veränderung der Erzählkultur durch die Sozialen Medien betreffen jedoch nicht nur die Inhalte des Erzählten, sondern auch die Art und Weise, wie das Erzählte medial konstruiert wird und eine bestimmte soziale Beteiligung hervorruft. In diesem Sinne übt das Erzählen in sozialen Netzwerken einen entscheidenden Einfluss auf die Neugestaltung narrativer Strukturen und Funktionen aus, die eine Medienreflexion der sie ermöglichenden Beteiligungs- und Vernetzungskulturen nahe legt.

In diesem Zusammenhang kann in Anknüpfung an die performative Handlungstheorie von Erika Fischer-Lichte (*Grenzgänge und Tauschhandel; Ästhetik des Performativen*) der Begriff des Performativen zur Kennzeichnung der prozessualen Aufführungs-, Vollzugs- und Transformationspraktiken des Social-Media-Storytellings eingebracht werden. In Anlehnung an den vielversprechenden Forschungsansatz des Performativen können die vermittelt der Sozialen Medien des Web 2.0 generierten performativen Prozesse als erzählerische Transformationsprozesse bestimmt werden, indem sie ungeplante Spiel- und Freiräume des Erzählens eröffnen und damit Kontingentes und Emergentes zum untrennbaren Bestandteil des digitalen Erzählens erheben.

Das Neue Erzählen in Social-Media-Formaten

In den vernetzten digitalen Kommunikationsräumen haben sich interaktive Medienkanäle heterogener Bedeutungsproduktion und damit einhergehend kollektive und kollaborative Medienpraktiken herausgebildet, die sämtliche Bereiche der Herstellung, Verbreitung, Nutzung und Bewertung erzählter Inhalte umfassen. Das Social-Media-Storytelling auf sozialen Netzwerkseiten und Internetportalen ist hochgradig von Produktions- und Rezeptionskontingenz geprägt und formiert einen diffusen Aggregatzustand kultureller Deutungsspielräume innerhalb dynamischer Bedeutungs- und Ausverhandlungsprozesse. In diesem Sinne kann das Social-Media-Storytelling als Technologie sozialer Wirksamkeit verstanden werden, die es Usern ermöglicht, auf sozialen Netzwerkseiten konkrete Nutzungsformen des habitualisierten Erzählens herauszubilden, die Formen der sozialen Kommunikation und neuartige Prozeduren zur narrativen Mitgestaltung und Mitbestimmung miteinschließt. Entlang dieser Verschiebungen haben sich populärkulturelle Praktiken herausgebildet, die sich an den anonymen, flexiblen und veränderlichen Strukturen und Konstellationen der Sozialen Medien im Web 2.0 ansiedeln und eine radikale Alternative zu den traditionellen Formen des Publizierens von Medieninhalten eröffnen. Diese im Werden begriffene kollaborative Kommunikationskultur lässt sich nicht mehr auf ein Werk als Eigentum oder ein identisches Autorensujet zurückführen. Damit einhergehend erweist sich das Erzählen als Inhalt und als Form nur bedingt und eingeschränkt als ein distinktes und stabiles Wissensobjekt und ist immer auch eingebettet in performative Rahmungsstrategien. Aus performativer Perspektive kann folglich eine dynamische und sich provisorisch gebende Bedeutungsproduktion der Sozialen Medien des Web 2.0 freigelegt werden, mit welcher die Produktivität und die Prozessualität kollaborativer Praktiken in den Analysefokus einrückt.

In ihrer medientheoretischen Problemstellung rekurren die performativen Rahmungsprozesse im Netz jedoch nicht auf einen spontaneistischen Voluntarismus, der den Aspekt des Performativen genuin von der kreativen Leistung eines Individualsubjektes ableiten würde, da die prozessierenden Erzählpraktiken von den technischen

Infrastrukturen der digitalen Kommunikationsräume reguliert werden. Infolgedessen müssen die Erzählbeiträge der User, die sie im Namen von realen Autoren, fiktiven Figuren oder anonymen Nicknames vollziehen, immer auch als ein technisches Artefakt der Ermöglichung von Rede- und Verhandlungspositionen in Betracht gezogen werden. Dieser im Ansatz gegebene Technikdeterminismus muss aber unter anderem dahingehend relativiert werden, insofern die hier untersuchten Praktiken zur Informations- und Kommunikationsgestaltung immer auch auf eine grundlegende populärkulturelle Reorganisation der netzbasierten Wissensproduktion und -rezeption abzielen und damit das Netzwissen einer performativen Aneignungsrhetorik – vom assoziativen Indexing der Fans bis zum editorialen Framing der sogenannten Webmaster – überantworten.

Im Folgenden soll es nun darum gehen, die hier angesprochenen Verfahrensweisen der »Peer-to-Peer«-Kommunikation von Online-Plattformen und Social-Media-Formaten entlang von drei unterschiedlichen Performativitätsstrategien zu thematisieren.

(1) In der Auseinandersetzung mit den von Usern generierten Bewegtbildinhalten auf dem Videoportal *YouTube* geht es um die Frage, welche performative Rolle die Initiatoren von Videouploads einnehmen. Welcher netzdiskursiven Rahmungspraktiken bedienen sie sich, wenn sie für sich eine diskursmoderierende Rolle reklamieren wollen? Welchen Stellenwert haben kollektive und kollaborative Rahmungsprozesse in Bezug auf die Bedeutungsproduktion, Ausverhandlung und Distribution von Bewegtbildern in Online-Portalen und Social-Media-Formaten?

(2) Die in der Internetkultur ausgeprägte Tendenz zur Resignifizierung und Reiteration von bereits bestehenden Inhalten (Mashup, Remix) verweist auf einen Aspekt des Performativen, der nahtlos an die kollektiven und kollaborativen Rahmungsprozesse anschließt (Lessig). Auch hier zeigt sich die performative Praxis in erster Linie als etwas, das einen Überschuss erzeugt, der sich keinem intersubjektiv kontrollierbaren Diskursfeld mehr zuordnen lässt. In diesem Sinne erweist sich »die produktive Kraft des Performativen nicht einfach darin, etwas zu erschaffen, sondern darin, mit dem, was wir nicht selbst hervorgebracht haben, umzugehen« (Krämer 48). So gesehen kann der performative Vollzug als Überschuss von Bedeutung ver-

standen werden, der nicht nur eine neue performative Rahmung realisiert, sondern rückwirkend auch den bereits bestehenden Inhalt modifiziert.

(3) Performative Prozesse im Internet sind das Resultat technischer Ermöglichung. Speziell sind es die computergestützten Informations- und Kommunikationstechnologien, welche die Modi, die Geltung und die Verbreitung der von Usern generierten Inhalte regulieren. Folglich sind die Netzmedien und ihr technisch generierter Handlungsvollzug an der Produktion von Sinn und Bedeutung maßgeblich beteiligt und müssen in die Methodologie der Untersuchung performativer Prozesse miteinbezogen werden. Diese Fragestellung hat nicht nur eine heuristische Bedeutung in der wissenschaftlichen Diskurspraktik, sondern eröffnet auch jenseits der Dichotomie von Technikdeterminismus versus Technikeuphorie kritische Fragen nach dem Handlungsspielraum performativer Ermöglichung in technischen Umgebungen.

Kollaboratives Storytelling

Mit dem Aufstieg der Sozialen Medien im Web 2.0 hat sich nicht nur der Stellenwert des Bewegtbildes im Web auf umfassende Weise verändert, sondern sich auch eine neuartige digitale Erzählkultur etablieren können, die mit Hilfe der niedrigschwelligen Technologien des Veröffentlichens von Inhalten zu einer *bottom-up*-Bewegung geworden ist. In den neuen subjektzentrierten Internetmedien ist das Erzählen mit Stilen visueller Selbstinszenierungen verwoben worden. Das Bewegtbild ist aber kein abgeschlossenes Werk, sondern hat sich zum Schauplatz offener Bedeutungsproduktion und permanenter Ausverhandlung entwickelt. Geregelte Kommentarfunktionen, Hypertextsysteme, Ranking- und Votingverfahren durch kollektive und kollaborative Rahmungsprozesse verorten audiovisuelle Inhalte in multimedialen und diskursiven Umgebungen. Online-Bewegtbildinhalte und ihre Narrative treten als improvisierendes Wissen in Erscheinung, das narrative Weiterentwicklungen, Kontextualisierungen und Reinszenierungen fördert.

Im Hinblick auf die Geschichte von Mediendiskursen kann man die kollektiven Erzählpraktiken und cross- und transmedialen Verfahren, die den Videos beigelegt werden, auch als Fortsetzung der Debatten um den Paradigmenwechsel der Interaktivität (Intermedia, Happening, Fluxus) und das »offene Kunstwerk« (Eco), die seit den 1960er Jahren intensiv geführt werden, verstehen. In diesem Zusammenhang können strukturelle Homologien zwischen den Bestrebungen, das Autorensubjekt als begründende Instanz und das Werk als abgeschlossene Entität in Frage zu stellen, und die in den Sozialen Medien des Web 2.0 geäußerte Aufforderung zu Interaktion und Kollaboration hergestellt werden. Wenn in diesem Sinne die Vlogs (Videoblogs) auf *YouTube* zu Schauplätzen kultureller Zirkulation und ästhetischer Konflikte werden, dann eröffnet sich die Möglichkeit, diese nicht nur als ein Genre der Film- und Medienwissenschaft einzugrenzen, sondern sie in einem weitsichtigeren Blick als kulturelle und mediale Praxis zu thematisieren.

Die vorherrschende Anzahl und die größte inhaltliche Kategorie der bei *YouTube* hochgeladenen Clips bezeichnet Birgit Richard als »Ego-Clips« (auch Makeup- oder Schminkvideos) und meint damit eine Clipsorte der »exzessiven narzißtischen Selbstdarstellung«, in der eine »große Bandbreite von schüchternen Talks bis hin zur visuellen Prostitution zu beobachten« (227) ist. Es handelt sich um Mainstreamformate, die mit dem charakteristischen Erscheinungsbild von *YouTube* identifiziert werden. Die auf dem Aufmerksamkeitsmarkt von *YouTube* dominierende Stellung der Ego-Clips hat dazu geführt, dass personalisierende Kommunikationsstile der Sozialen Medien im Web 2.0 vorherrschend sind. Mit *YouTube* haben sich subjektzentrierte Erzählstile herausgebildet, die überwiegend mit den Stilmitteln impliziter Authentizitätsmarker, visuellen und auditiven Elementen der direkten Adressierung und mit einer Reihe von Darstellungskonventionen operieren, mit denen sich die YouTuber in den Diskursritualen der »spontanen Natürlichkeit« und »Ungezwungenheit« als möglichst authentisch präsentieren. Nach Michel Foucault ist das Gesändnis, der produktive Zwang des »Sprechen-Machens«, die höchstbewertete Technik bei der Produktion von Wahrhaftigkeit (22f). Der spezifische Zusammenhang von Macht, Wahrheit und Subjektwerdung ist hier also weniger das Ergebnis repressiver Unterdrückung,

sondern vielmehr in einer immer intensiver werdenden Diskursivierung begründet. Die erzählerische Selbstadressierung meint in diesem Zusammenhang eine sprachlich¹, gestisch oder mimisch kommunizierte Selbstbezüglichkeit, die konstitutiv auf die Adressanten zurückwirkt und helfen soll, das Erzählte glaubwürdig zu gestalten. Die Selbstadressierung adressiert zwar offensichtlich ihre Adressanten, eröffnet aber darüber hinausgehend eine sekundäre Adressierung, die sich an ein imaginiertes Publikum richtet und Möglichkeitsspielräume für künftige Betrachter ermöglicht. Konventionelle Formen der Selbstadressierung enthalten etwa partielle Selbstkritik oder Ironiesignale und schwächen insgesamt den narzisstischen Gestus der Selbstdarstellung ab. Diese demonstrativen Manöver, die Bereitschaft zur Kritikfähigkeit signalisieren, zielen auf die Herstellung konspirativer Nähe. In diesem Sinne positionieren sich Vlog-Narrative weniger als fertige Werke, sondern vielmehr als improvisierende Entwürfe. Diese Strategie der Abschwächung und Relativierung der eigenen Position im Selbstentwurf erfreut sich innerhalb der unterschiedlichen Communities größter Beliebtheit, weil sie die anderen User zur Beteiligung einlädt. Die Formen der expliziten Selbstadressierung dienen also der Abschwächung der eigenen Subjektposition und versuchen damit, partizipatives Engagement an das Video zu binden. Diese narrative Technik der Selbstthematisierung hat sich als sehr erfolgreiche Rahmenstrategie erwiesen, um innerhalb der Sozialen Medien im Web 2.0 Aufmerksamkeit auf die jeweiligen Erzählinhalte zu lenken. Andererseits übernehmen die Vlog-Narrative auch bestimmte Formate und Genrekategorien, um die Wiedererkennbarkeit zu steigern. So lässt sich die Nähe von Vlogs und ihren Repräsentanten zu Fernsehformaten am eindringlichsten an den serialisierten Strukturen und Erzählformen aufzeigen. Um das Interesse und die Identifikation der Zuschauer sowie das Sammeln von Serienwissen, das Zuschauer auf spätere Folgen anwenden können, zu fördern, gliedern sich zahlreiche Vlogs in aufeinander aufbauende Folgen und archivieren diese in eigenen *YouTube*-Channels. Die Kanäle können

1 Sprachlich meint hier im weitesten Sinne verbal- und schriftsprachliche Aussagen oder Äußerungen, die in Form von Monologen, Inserts, Zwischentiteln oder Tagging kommuniziert werden.

zudem abonniert werden, was die Zuschauerbindung zusätzlich verstärkt.

Fazit: Der Stellenwert der Bewegtbildnarrative im Netz kann auf der Grundlage der filmischen Ästhetik nicht mehr erschlossen werden. Die Zentralität des filmischen Textes weicht einer offenen und nichtlinearen Heteromedialität, welche die Videobilder in flüchtige und instabile Bedeutungsnetze einschreibt. Der Stellenwert von Online-Videos zur Verhandlung von interaktiven Erzählkulturen und Mashup-Praktiken zeigt sich folglich nicht nur alleine auf der Ebene der »Repräsentation« (die eine filmwissenschaftliche Analyse nahe legen würde), sondern auch darin, wie in der Zirkulation der Videos durch Feedback, explizite Empfehlungen und Hyperlinks offene Bedeutungsproduktionen hervorgebracht werden, die maßgeblich dafür verantwortlich sind, welchen Stellenwert ein spezifisches Video innerhalb der Rezeptionskontexte einnehmen kann. In diesem Sinne verändert sich sowohl der erzählerische Produktions- als auch der Rezeptionskontext der Videos andauernd und bleibt offen und ungeschlossen.

Obwohl Makeup-Tutorials auf eine bestimmte Weise Darstellungs- und Wahrnehmungskonventionen verfestigen, die zur kulturellen und medialen Konstruktion von individuellen und kollektiven Identitäten beitragen (Hilderbrand 48–57), ermöglichen sie den beteiligten Subjekten immer auch Spielräume abweichender Bedeutungsproduktionen (diese Ansicht vertritt auch Hoskins 15–17). Der erzählerische Aufführungscharakter (*Einleitung* 11) von Videos auf *YouTube* muss folglich weiter gefasst werden: Sie sind nicht nur eine Bühne für Selbstdarstellungen, sondern vor allem ein Ort »produktiver Feedbackschleifen« zwischen Produktion und Rezeption. In diesem Sinne bleiben sie im Aggregatzustand der Verhandlungsprozesse und Mitbestimmungsmöglichkeiten des Social-Media-Storytelling uneindeutig, ephemere und umkämpft.

Transmediales Storytelling

Im folgenden Abschnitt möchte ich die These vertreten, dass performative Praktiken im Netz neue Perspektiven auf oppositionelle

Lesarten entwickelt haben. Ihr produktives Potenzial entfalten sie im Feld der subkulturellen Medienpraktiken. Die Destabilisierung hegemonialer Bedeutungsarchitekturen und Sinnzuweisungen im Modus der transmedialen Performativität soll hier am Beispiel der user-generierten Aneignungspraktiken des Computerspiels *The Sims 2* (2004) thematisiert werden. Transmediale Modifikation meint in diesem Zusammenhang, dass User Computerspiele als iterierbare Aussagesysteme verstehen, deren Bedeutungen sich – in Bezugnahme auf unterschiedliche Medienformate – grundsätzlich modifizieren lassen. Die Modifikation macht aus den programmierten Games Schauplätze einer allgemeinen Zitathaftigkeit und Iterierbarkeit und sorgt dafür, dass die Games von einer ihnen »ursprünglich« anhaftenden Spieleintention enthoben werden können.

The Sims ist die bisher meistverkaufte PC-Spielserie. Sie hat in über 100 Millionen Exemplaren dazu beigetragen, Managementwissen, Normalitätskonstruktionen und Lebensführungstechniken weltweit zu verbreiten. *The Sims*-Computerspiele sind als Rollenspielsimulation konzipiert und fordern von ihren Gamern, das Leben simulierter Spielfiguren, genannt Sims, erfolgreich zu managen: »Erstelle eine Familie und bau' ihr ein Haus. Dann hilf' deinen Sims, Karriere zu machen, Geld zu verdienen, Freunde zu finden und sich zu verlieben« (Herstellertext *The Sims* (2000); Maxis (Will Wright)/EA Games).

Um die levelbasierten Spielmodi erfolgreich abzuwickeln, müssen die Spielenden bestimmte Mapping- und Monitoring-Fähigkeiten entwickeln. Dabei kontrollieren sie das gesamte soziale Leben der Spielfiguren und überwachen mittels der für *The Sims* typischen Motivations- und Bedürfnisbalken den Zustand ihrer körperlichen und mentalen Bedürfnisbefriedigung, ihre emotionale Kompetenz sowie ihre Fähigkeiten im Bereich des Alltags- und Beziehungsmanagements. Vor diesem organisationstheoretischen Hintergrund ist die Spielarchitektur der *Sims* angelegt. Sie basiert auf protokollierenden Wissenstechniken, die der systematischen Überwachung von körperlichen Funktionen und sozialen Beziehungen vermittels technischer Medien und rechnergestützter Beobachtungssysteme dienen.

Im September 2004 bot das im Handel erhältliche *The Sims 2* die Möglichkeit, digitale Animationen mit Hilfe des Computerspiels, d.h.

in Echtzeit und ohne zusätzliche Animationstools, herzustellen. Die mit dem spielimmanenten Storymodus verschalteten In-Game-Technologien der Bildaufzeichnung (Kameraoptionen für die Spielkamera, Kameraschnappschüsse und Videoaufnahmen) haben Medienpraktiken ermöglicht, die an die Stelle des levelbasierten und zielgerichteten Spielens ein offenes Netz von Erzählformen rücken konnten. Vor diesem Hintergrund ist eine kleine Form des digitalen Storytellings entstanden: das Machinima.

Die damit gegebene Möglichkeit, Animationsfilme ohne finanziellen und technischen Aufwand produzieren zu können, hat das Gaming nachhaltig und grundlegend verändert. Machinimas sind in einem Computerspiel in Echtzeit erstellte Animationsfilme, die keine interaktive Komponente mehr aufweisen (Lowood 10–17). Sie bedienen sich der technischen Gegebenheiten einer definierten virtuellen Spielumgebung, die als Handlungsrahmen für die Spielhandlung benutzt wird (Kelland, Morris, Hartas 17f). Das herausragende Charaktermerkmal der Machinimas liegt in ihrer Mashup-Ästhetik (Frölunde 491–507): die User experimentieren mit den Gegebenheiten einer indisponiblen Spielewelt, indem sie diegetische, fiktionale oder narrative Bedeutungen des Spiels mehr oder weniger modifizieren und dabei alternative Strategien eines Mediengebrauchs aufzeigen (Jones 261–280). In diesem Zusammenhang nutzen sie nicht nur die im Game Design festgeschriebenen kreativen Freiräume, sondern erschaffen in ihren Mashup-Praktiken Gegennarrative, die nicht nur eine andersartige Bedeutungsproduktion in Gang setzen, sondern auch einen medienreflexiven Beitrag zur theoretischen Situierung von hegemonialen Narrativen und Gegennarrativen leisten (Kraus 100–112).

Machinimas haben ein eigenes Praxisfeld im Digital Storytelling etabliert, in dem sich Gamedesign, Clipästhetik und industrialisierte Genrekonventionen im populären Spielfilm (Actionplots, charakterdominierte Stoffe) hybridisieren. Machinimas, die mit Hilfe der *Sims 2* oder der *Sims 3* (2009) produziert werden, bilden eine extreme Form der sogenannten Mods, die in der Community als »total conversion« bezeichnet wird. Die »total conversion« eröffnet ein neues Spiel, das die ursprünglichen Spielaussagen gegen den Strich liest. Ein weiteres Charakteristikum der *Sims*-Machinimas ist im Bereich des Bild-Ton-

Verhältnisses angesiedelt. Die Soundengine des Computerspiels ist in der Regel vollkommen ausgeschaltet und durch eine eigene Soundspur ersetzt, die den Machinima-Produktionen einen zusätzlichen Gestaltungsspielraum für parodierende und/oder immersive Stilmittel eröffnet. Im Unterschied zu Gamemovies, die ausschließlich mit Gameassets gedreht werden und dadurch nahe am programmierten Spielinhalt bleiben, generieren Machinimas sowohl neue Spielinhalte als auch neue Spielfiguren und erzählen mit Hilfe eigenproduzierter Assets Geschichten, die dem Imagedesign und den Brandingstrategien der Games oft diametral gegenüberstehen.

Die sich seit 2004 formierende Machinima-Szene distanzierte sich vom Computerspielleistungsdispositiv der heroischen Idealkörper und versuchte vielmehr, die Kontrollverluste innerhalb der sozialen virtuellen Versuchsanordnungen sicht- und sagbar zu machen. Sie begab sich daher auf die Suche nach dem imperfekten, schwachen Alltagskörper und entwickelte eine Vielzahl von erzählerischen Stilen und Konstellationen, um in die erfolgsorientierten und sozial normierten Spielwelten biografisch erlebte Gewalt, Macht, Herrschaft sowie simulierte Unfälle, Katastrophen und Störungen einzuführen. Die *Sims*-Machinimas stellen damit das Computerspiel als kulturellen Apparat zur Popularisierung von Managementwissen in Frage und rücken an seine Stelle narrative Verfahrenstechniken, die versuchen, die ambivalenten Strukturen der familiären Ordnung bloßzulegen. Der ironisierende Blick auf den ursprünglichen Plot des *Sims*-Games macht verständlich, warum in der Machinima-Community eine ausgeprägte Tendenz zu dramatischen Erzählformen an der rezeptionsästhetischen Schnittstelle von Gothic- und Splatterfilm vorherrscht.

Machinima-Filme zirkulieren heute in allen maßgeblichen sozialen Netzwerkseiten des Web 2.0. Neben einschlägigen Communityseiten wie *machinima.com* dominiert der Videoupload auf *YouTube* die Medienpräsenz der Machinimas im Netz. *YouTube* sorgt für ihre globale Vernetzung und schafft mittels des Taggings semantische Felder und Knotenpunkte, die eine zusätzliche Kontextualisierung der Machinimas etablieren. Mit ihrer Vernetzung im Feld der Online-Portale und der Social Media sind die *Sims*-Machinimas zu einem umkämpften Schauplatz heterogener Identitätsdiskurse und gesellschaftlicher Ordnungsvorstellungen aufgestiegen. In diesem Zusammenhang wer-

den Machinimas als Format automedialer Selbstthematisierungen genutzt. In diesem Konnex werden die Avatare als Bedeutungsträger in ein instrumentelles Verhältnis zum eigenen Selbst eingesetzt. Diese Mischverhältnisse zwischen Games, Bewegtbild und audiovisuellen Selbstthematisierungen haben eine Vielzahl hybrider Praktiken hervorgebracht, deren mediale und technologische Rahmenbedingungen mit dem Genrebegriff »Machinima« umschrieben werden.

Machinimas sind kleine Formen, also Formate, die innerhalb weniger Minuten Erzählhandlungen fokussieren und Figurenkonstellationen verdichten, um den Rezeptionsgewohnheiten der Internetnutzung entgegen zu kommen. Die Häufigkeit von halbnahen und nahen Einstellungen ist ein Indiz dafür, dass Machinimas Erzählformen als zeitkritisch interpretieren und daher versuchen, möglichst rasch die Aufmerksamkeit des betrachtenden Publikums zu wecken. Zur zusätzlichen Steigerung des Aufmerksamkeitswertes werden oft Bezüge zu wiedererkennbaren Filmszenen und Filmfiguren des Hollywoodkinos gesucht. Insgesamt verdichten sich intermediale und intertextuelle Bezüge, die aus der zwingenden Rahmenbedingung zeitlicher Begrenztheit hervorgehen. Wie können allgemeine Schlussfolgerungen für Mashups in diesem Zusammenhang formuliert werden? Es ist für die Ausbildung einer kulturwissenschaftlichen Perspektive im Bereich der neueren Rezeptions- und Wirkungsforschung zu »interaktiven« Kommunikationsmedien von entscheidendem Vorteil, einen erweiterten Begriff von produktiver Medienaneignung zu gebrauchen, denn intermediale Formate, Appropriationen, Evidenzstrategien, Fakes und Wahrheitsdiskurse haben im Netz eine hybride Wahrnehmungskultur und soziale Spielregeln einer neuen Repräsentationspolitik entstehen lassen, die einen modulierenden Gebrauch des Gamings nahelegen: »Many games companies are releasing their design tools and games engines alongside their games« (Jenkins 166).

Der Kunsthistoriker Aby Warburg entwickelte in den 1920er Jahren sein Konzept der »Pathosformel«, um die kulturhistorische Überlieferung von Ausdrucksgebärden nach antikem Muster in der Renaissancekunst aufzuzeigen. Diese interpretiert Warburg in seiner 1893 verfassten Dissertation zu Sandro Botticelli als kulturelle Symbole, die Affekte und Leidenschaften nicht unvermittelt abbilden, sondern vielmehr auf einen historisch bedingten, semantisch aufgelau-

denen und sozial konstruierten Bedeutungsprozess verweisen (11–64). In diesem Sinne begreift Warburg den Gefühlsausdruck nicht als individuell-ursprünglich erlebte Leiberfahrung, sondern als eine Verortung innerhalb einer kulturell bedingten Repräsentationsordnung, »in der man sich passiv leidend und nicht aktiv wirkend vorfindet« (Luhmann 73).

Die *Sims*-Machinimas nehmen in dreifacher Hinsicht Bezug auf Warburgs Konzeption der Pathosformel.

1) Sie reproduzieren ohne Modifikation das formelhafte Inventar der kinästhetischen Scripts. Sie übernehmen damit die im Gamedesign fixierten Notationen elementarer Gesten und einfacher Körperbewegungen. Dies führt zu einer einförmigen Bewegungsanimation. So verbleibt etwa das Affektvokabular der Trauergesten hochgradig repetitiv und folgt der Logik ergonomischer Bewegungsmuster und standardisierter Arbeitsroutinen.

2) Darauf aufbauend produzieren sie transformatische Referenzrahmen, welche die Zielgerichtetheit des Spielens unterbrechen und die kinästhetischen Scripts mit abweichenden Bedeutungskontexten assoziieren. Damit überwinden sie das Computerspiel als Dispositiv der Abrichtung von Wahrnehmungen und Reaktionen. Machinimas wechseln den Modus der körperlichen Performanz: Sie machen aus der ursprünglich geplanten Effizienz der Bewegung eine kommunizierende Geste. Sie nutzen Computerkultur zur Kommunikation und vermischen sie mit populärkulturellen Zitaten der Werbung, der Blockbuster oder der Videoclips.

3) Schließlich etablieren sie ein zusammengesetztes Repertoire von gestischen und mimischen Bewegungsgrafiken, das mittels der Rankingtools einschlägiger Portale wiederum kanonbildend wirkt.

Für die Entwicklung der *Sims*-Machinimas stellt die restringierte Programmatik der Körperbewegungen und des Gesichtsausdrucks keinen Mangel dar, sondern – im Gegenteil – eine wesentliche Voraussetzung ihrer genuinen Medienästhetik: »Machinima ersetzt die Gesten des Spiels und kompensiert damit einen Verlust an Theater- und Filmgesten, die in Computerspielen schwierig oder unmöglich erscheinen« (Krapp 299). Sie interpretieren die technologischen Beschränkungen des Computerspiels als künstlerische Produktivkraft und machen darauf aufmerksam, dass gestische und mimische Ord-

nungen nicht einer natürlichen Spontaneität entspringen, sondern im Umgang mit Spieltechnologie immer als erworbene Eigenschaften und zitierbare Größen angenommen werden müssen. In diesem Sinne forcieren die *Sims*-Machinimas das Spiel mit ihrer eigenen Beschränkung und reflektieren die computerbasierte Medialisierung emotionaler Scripts, die das Produkt von digitalen Rechenoperationen sind. Sie machen darauf aufmerksam, dass wir im Zeigen unserer Gefühle auf ein kulturelles Repertoire von Gesten zurückgreifen müssen, um uns vermittels spezifischer Körpertechniken verständlich zu machen. Im Möglichkeitsraum der Machinimas verschiebt sich allerdings das Gaming zur effizienzsteigernden Ertüchtigung motorischer Fähigkeiten zugunsten von kleinen Erzählformen, die den Wahrnehmungs- und Kontrollverlust der virtuellen Spielfiguren zum Ausgangspunkt oppositionellen Erzählens deklarieren.

Medienreflexives Storytelling

In der Erforschung fankultureller Praktiken wurde bisher der Aspekt der Medienreflexion eher vernachlässigt. Vor diesem Hintergrund möchte ich mich abschließend mit den Möglichkeiten und Einschränkungen medienreflexiver Praktiken am Beispiel der Verbreitung und der Ästhetik von Bildgeschichten im Netz beschäftigen. Webcomics bezeichnen ein Comicformat, das ausschließlich oder zumindest an erster Stelle im Internet veröffentlicht wird. Sie sind das Produkt technischer Medienumbrüche von analogen zu digitalen Medien und kultureller Praktiken im Feld der Internetkommunikation. Computer- und netzbasierte Comics können als Mischformate verstanden werden, da sie sich an der Schnittstelle unterschiedlicher Medien, Technologien und Praktiken situieren und gleichermaßen an der analogen und der digitalen Medienkultur partizipieren. Insofern bilden sie weder ein einheitliches noch ein radikal neues Genre. Daher können Webcomics eher als eine Hybridbildung aus bereits bekannten Genres, Formaten und Medien gesehen werden.

Die kontinuierliche Transformation der Ästhetik und Narrativität von kollaborativen Online-Comicprojekten verweist auf eine Rezeptionskultur, die dem klassischen Modell von Autorschaft ablehnend

gegenübersteht und demgegenüber versucht, kollektive Praktiken zu fördern. Die Bedingungen der permanenten Variabilität eröffnet den Usern die Möglichkeit, den Verlauf der Erzählung endlos umzuschreiben. Die aggregatähnlich organisierten Erzählräume der digitalen Graphic Novels verleihen dieser kollaborativen Haltung einen angemessenen Ausdruck. Damit verändern sich nicht nur die Rezeptionskontexte, sondern auch die Handlungsrollen im Produktionsprozess. An die Stelle der klar und eindeutig definierten Aufgabenbereiche und Kompetenzen lösen sich die klassischen arbeitsteiligen Ordnungen der Comicproduktion auf, und neue Ausverhandlungsprozesse treten auf. So geht etwa das Comiczine *Reihenhaus* weit über die übliche Zusammenarbeit in der Comicproduktion hinaus. Es gibt keine Arbeitsspezialisierung im klassischen Sinne: »Bei unseren Comics haben alle getextet, Figuren erfunden, skizziert und ins Reine gezeichnet. Mit Hilfe der schreibgestützten Erzählwerkstatt entwickeln wir Handlungsstränge und Figuren. Erst nach einem intensiven gemeinsamen Prozess entsteht das fertige Comic-Heft« (Schmidt, Backes, Möhring),

In *Hamlet on the Holodeck*, ihrem Buch über die Narrativität in elektronischen Medien, führt die US-amerikanische Medientheoretikerin Janet Murray den Begriff des »procedural authorship« ein, um den Aspekt veränderter Handelsrollen in Bezug auf interaktive Medien herauszustellen: »Procedural authorship means writing the rules by which the text appears as well as writing the texts themselves. It means writing the rules for the interactor's involvement, that is, the conditions under which things will happen in response to the participant's actions. [...] The procedural author creates not just a set of scenes but a world of narrative possibilities« (Murray 152). In diesem Zusammenhang begreift Murray die interaktive Einflussnahme als choreografisches Rezeptionsmodell:

In electronic narrative the procedural author is like a choreographer who supplies the rhythms, the context, and the set of steps that will be performed. The interactor, whether as navigator, protagonist, explorer, or builder, makes use of this repertoire of possible steps and rhythms to improvise a particular dance among the many, many possible dances the author has enabled. (Murray 152).

Partizipatorische Comics verlangen von ihren prozeduralen Autoren eine grundsätzliche Bereitschaft zur Verhandlung, die alle Bereiche des Storytellings umfassen kann. Sie leisten damit eine doppelte Rahmung des Geschichtenerzählens. Erstens formulieren sie vermittelt ihrer Interaktionen neue Konventionen des Erzählens, indem sie ihre Erfahrungen, Kommentare und Bewertungen in die digitale Umgebung der Webcomics einfließen lassen (vermittels Ranking-, Voting- und Responsetools). Damit wird eine editoriale Rahmung bevorzugter Figurenkonstellationen und Erzählformen hergestellt. Zweitens etablieren sie eine stochastische Komponente, indem sie Möglichkeiten für programmierte Zufallsprozesse oder aber für Eingriffe durch User schaffen. Vor dem Hintergrund dieser hyperfiktionalen Struktur erschließen sich User ihren eigenen Lektüreweg und haben dabei – wie im Computerspiel – immer wieder abduktive Entscheidungen zu treffen.

Die Aufwertung der aktiven Rolle der Leser bei der Lektüre eines Textes zählt heute zum fixen Forderungskatalog der Rezeptionsästhetik. Die Anerkennung der interaktiven Einflussnahme darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Freiheit der multimedialen Rezeption durch die technischen Möglichkeiten des Computers beschränkt bleibt. Im Webcomic sind die Regeln, nach denen der Leseprozess abzulaufen hat, Bestandteil von Skriptsequenzen, die im Rahmen der interaktiven Beteiligung nicht modifiziert werden können. Insofern beschränkt sich die vielbeschworene Freiheit der Interaktivität mehr oder weniger auf den Beteiligungsmodus des *point-and-click* und reduziert damit die kognitive Aktivität im Rezeptionsprozess auf wenige Bedienbefehle. Die überwiegende Mehrzahl der traditionellen Webcomic-Hyperfictions zeigt, dass die User den Linkstrukturen, die vorgegeben sind, ausgeliefert bleiben. Murray fordert daher zu Recht »a distinction between playing a creative role within an authored environment and having authorship of the environment itself« (157). Genau an diesem Punkt setzen die medienreflexiven Comics an, die sich nicht mit der bloßen Steigerung von Interaktivität und Partizipation zufrieden geben, wenn nicht auch die Rolle des Mediums und die medialen Bedingungen reflektiert werden, welche die Inhalte und ihre symbolischen Repräsentationen, die Kommunikationskultur und unsere Medienerfahrungen prägen.

Wenn Webcomics über die Gegebenheiten ihrer eigenen Medialisierung reflektieren, dann ist ihr unhintergebarer Ausgangspunkt die Frage nach dem Stellenwert von technischen Medien. Eine ihrer zentralen Anliegen fokussiert daher den Prozess hinter den grafischen Benutzeroberflächen, den sie sichtbar und zugänglich machen wollen, um zu verdeutlichen, dass ein Computer weniger ein Bild-, sondern vielmehr ein Schriftmedium ist, das seine multimedialen Oberflächen mit Programmiercodes und -texten generiert. Da der Computer nicht nur als ein Speicher-, sondern auch als ein Rechenmedium wirksam ist, ist er selbst als ein erzählerisches Medium wirksam, indem er spezifische Regeln, Strukturen und Möglichkeiten der teilnehmenden Interaktion und der sinnstiftenden Interpretation vorgibt. Dies tut er in seiner Funktion als Hardware. In diesem Sinne tritt der Computer als prozedurales Medium in Erscheinung, indem er Eingaben unterschiedlich berechnet und auf diese Weise unterschiedliche Aktionen generiert.

Vor diesem Hintergrund postuliert Anja Rau eine stärkere Einbeziehung der grafischen und symbolischen Softwaretools in die ästhetische Gestaltung der Netzliteratur (119). Medienreflexive Comics greifen diese Metadiskurse zu elektronischen Texten auf und erinnern uns daran, dass digitale Comicerzählungen immer auch Prozesse von Datenverarbeitung sind. Mit ihren Projekten versuchen sie, die User die in den für sie undurchschaubaren Simulationen mittels Maus, Cursor und grafischer Oberfläche für dumm gehalten werden, zu emanzipieren. Auf welche Weise geschieht dies nun? Das im Jahr 2001 an der Bauhaus-Universität Weimar entwickelte Comicprojekt *The Church of Cointel* (Niepold, Wasthuber) versucht, die üblicherweise verborgenen Strukturen der Softwarearchitektur für die User sichtbar und benutzbar zu machen. Die User sehen die gesamte narrative Struktur und Organisation des Comics und können an einem beliebigen Punkt einsteigen und einen Strip in jede mögliche Richtung weiterentwickeln:

So entstehen immer wieder neue Comic-Zweige. Allerdings muss man sich mit jedem neuen Bild erst einmal der Abstimmung der anderen Nutzer stellen. Die Interaktivität wird gepaart mit Basisdemokratie. Fällt die Abstimmung knapp aus, wird das Bild schlicht der Anfang eines neuen Comic-Astes. Es ist in erster Linie ein Assoziationsspiel und ein Test

für neue Kooperationsformen. Daher kann jeder, der die offenen Enden der Geschichten besucht, über alternative Verläufe abstimmen. Die Möglichkeiten Cointels sind unendlich. Völlige Brüche in den Geschichten sind daher die Regel, Personen wechseln Aussehen und Charakter, tauschen mit anderen die Rollen und wecken so entweder die Lust, weitzerzusurfen oder ganz im Gegenteil selbst einzugreifen. (Heckmann).

Die meisten multimedialen Webcomics beschränken die Beteiligung von Usern auf *point-and-click*-Aktivitäten. Die User können ihren eigenen Lese- und Entscheidungsweg nicht antizipieren. Das Comicprojekt *Cointel* stülpt demgegenüber die im Softwareskript verborgenen Datenpräsentationen an die Oberfläche und macht diese Strukturen zum Spielmaterial ästhetischer Interventionen. Medienreflexive Webcomics wie *The Church of Cointel* machen die Programmcodes also in zweierlei Weise sichtbar. Erstens, sie machen jene als pragmatisch-funktionales Werkzeug zur Bedienung der Comics verfügbar; und zweitens stellen sie Programmcodes als künstlerisches Gestaltungsmaterial zur Disposition. In ihren Projekten thematisieren die medienreflexiven Webcomics ihre eigenen medialen Bedingungen, integrieren diese in den eigenen ästhetischen Entstehungsprozess und beziehen sich dabei auf die kulturelle und soziale Bedeutung von Software.

Fazit

Die im Beitrag untersuchten Netzkulturen und ihre Case Studies »Ego-Clips« – »Machinimas« – »Webcomics« können an der Schnittstelle von rechnergestützter Technologie, Medialität und Performativität populärer Fankultur verortet werden. Informations- und Kommunikationstechnologien ermöglichen zwar spezifische Beteiligungs- und Ausverhandlungsprozesse, deren performative Rahmungen im Rezeptionskontext wirken jedoch wieder auf die Technologien zurück und verändern diese nachhaltig. In diesem Zusammenhang beinhalten die hier untersuchten populärkulturellen Praktiken eine interventionistische Orientierung, die sowohl die Medieninhalte als auch die Medientechnologien umfasst und mit einer Medienreflexion

konfrontiert, die in letzter Konsequenz das Selbstverständnis der kulturellen Vergesellschaftung in Frage stellt, soziokulturelle Differenzen sicht- und sagbar macht und damit deren politische Veränderbarkeit ermöglicht. Die Fallstudien weisen eine transnationale Relevanz sowohl im Bereich des Produktionskontextes als auch im Bereich des Rezeptionskontextes auf – auch wenn die Szene der Produzenten von Schminkvideos und von Machinimas im Vergleich überschaubarer ist. Die hier thematisierten Fanpraktiken im Netz und ihre performativen Dynamiken lassen sich auf eine Vielzahl vergleichbarer Formate und Inhalte übertragen. In diesem Sinne könnte die Frage aufgeworfen werden, inwiefern die performativen Aspekte von Fankultur im Netz möglicherweise einer generellen performativen Qualität von Fan-Sein entspringen (eben auch offline: siehe Goth oder Punk, aber auch Cosplay, Trekkies, Fußballfans)? Vor diesem Hintergrund gesehen könnten die Erforschung fankultureller Praktiken und zahlreiche Fanpraktiken im Netz von einer Diskussion ihrer performativen Aspekte profitieren.

Literatur

- Eco, Umberto. *Das offene Kunstwerk*. Frankfurt: Suhrkamp, 1977.
- Fischer-Lichte, Erika. Grenzgänge und Tauschhandel: Auf dem Wege zu einer performativen Kultur. *Performanz: Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften*. Ed. Uwe Wirth, 277–300. Frankfurt: Suhrkamp, 2000.
- Fischer-Lichte, Erika. *Ästhetik des Performativen*. Frankfurt: Suhrkamp, 2004.
- Erika Fischer-Lichte: Einleitung: Theatralität als kulturelles Modell. *Theatralität als Modell in den Kulturwissenschaften*. Eds. Erika Fischer Lichte et al, 7–26. Tübingen/Basel: A. Franke, 2004.
- Foucault, Michel. *Sexualität und Wahrheit I: Der Wille zum Wissen*. Frankfurt: Suhrkamp, 1983.
- Frolunde, Lisbeth. Machinima Filmmaking as Culture in Practice: Dialogical Processes of Remix. *Computer Games and New Media Cultures: A Handbook of Digital Games Studies*. Eds. Johannes Fromme und Alexander Unger, 491–507. New York: Springer Press, 2012.
- Heckmann, Carsten. Wir wollen eure Hirne melken, 5. Apr. 2001. <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,126623,00.html> (30. Jun. 2014).

- Hilderbrand, Lucas. Youtube: Where Cultural Memory and Copyright Converge. *Film Quarterly* 61.1 (2007): 48–57.
- Hoskins, Deb. »Do You YouTube?« Using Online Video in Women's Studies Courses. *Feminist Collections* 30.2 (2009): 15–17.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2008.
- Jones, Robert. From Shooting Monsters to Shooting Movies: Machinima and the Transformative Play of Video Game Fan Culture. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Eds. Karen Hellekson und Kristina Busse, 261–280. Jefferson: McFarland, 2006.
- Kelland, Matt, Dave Morris und Leo Hartas. *Machinima: Making Animated Movies in 3D Virtual Environments*. Lewes: Ilex, 2005.
- Krämer, Sybille. Sprache – Stimme – Schrift: Sieben Thesen über Performativität als Medialität. *Paragrana* 7 (1998): 33–57.
- Krapp, Peter. Über Spiele und Gesten: Machinima und das Anhalten der Bewegung. *Paragrana* 17 (2008): 296–315.
- Kraus, Kari. »A Counter-Friction to the Machine: What Game Scholars, Librarians, and Archivists Can Learn from Machinima Makers about User Activism. *Journal of Visual Culture* 10.1 (2011): 100–112.
- Lessig, Lawrence. *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: Penguin, 2009.
- Lowood, Henry E. Real-Time Performance: Machinima and Game Studies. *The International Digital Media & Arts Association Journal* 2.1 (2005): 10–17.
- Luhmann, Niklas. *Liebe als Passion*. Frankfurt: Suhrkamp, 1982.
- Murray, Janet H. *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. Cambridge: MIT Press, 2000.
- Niepold, Hannes und Hans Wasthuber. The Church of Cointel. www.cointel.de (1. Aug. 2013).
- Rau, Anja. Towards the Recognition of the Shell as an Integral Part of the Digital Text. *Hypertext '99. Returning to Our Diverse Roots: Proceedings of the 10th ACM Conference on Hypertext and Hypermedia*. Ed. Klaus Tochtermann et al, 119–120. New York: ACM Press, 1999.
- Richard, Birgit. Art 2.0: Kunst aus der YouTube! Bildguerilla und Medienmeister. *Konsumguerilla: Widerstand gegen Massenkultur?* Eds. Birgit Richard und Alexander Ruhl, 225–246. Frankfurt/New York: Campus, 2008.
- Schmidt, Imke, Ellen Backes und Jonas Möhring. 123comics nach Maß. www.123comics.net (30. Jun. 2014).
- Warburg, Aby M. Sandro Botticellis »Geburt der Venus« und »Frühling«. *Aby Warburg – Ausgewählte Schriften und Würdigungen*. Ed. Dieter Wuttke, 11–64. Baden-Baden: Saccula Spiritalia, 1992.

Computerspielkulturen: Praktiken der Aneignung durch Computerspielfans

Markus Wiemker & Jeffrey Wimmer

Einleitung: Computerspiele, Fans und Cultural Studies

Computerspiele¹ haben sich zu einem der bedeutendsten Bereiche der Unterhaltungsindustrie entwickelt. Es wird geschätzt, dass aktuell bis zu eineinhalb Milliarden Menschen regelmäßig Computerspiele spielen (Müller-Lietzkow 16f). Dieser Beitrag möchte aufzeigen, wie die Perspektive der Cultural Studies einen wichtigen Beitrag zu einem besseren Verständnis von digitalen Spielen und ihren Nutzern, insbesondere den Computerspielfans, leisten kann. Die Unterscheidung zwischen Spieler und Fan kann als sehr fließend gesehen werden, da Computerspielen generell eine höchst involvierende und interaktive Form der Mediennutzung darstellt, die rasch und leicht über das aktive Spielen an sich hinausgeht und sich zu fanspezifischen Praktiken transformiert. Dieses spielspezifische Phänomen beschreibt Burn anschaulich:

Engagement with the game does not finish when the game session ends and the computer or console is switched off. Players continue to think about, imagine, even dream about, the events, landscapes, and characters of the game; and particularly committed fans go further, joining online

¹ Der Begriff Computerspiel steht hier stellvertretend für alle digitalen Spiele, unabhängig von der Plattform, auf denen sie gespielt werden. Damit ist jedoch nicht impliziert, dass es ohne Bedeutung ist, ob ein Spiel auf einem PC, einer Konsole, einem Spielhallenautomat, einem Mobiltelefon oder einem anderen Endgerät installiert ist. Denn in der Regel ist die Gruppe der Spieler unterschiedlich, werden die Spielregeln und die Form der Repräsentation auf die Plattform abgestimmt, und die Rezeptionssituation unterscheidet sich stark voneinander.

communities of fans, and contributing to message boards, art galleries, writing groups, and other forms of expansive embroidery of the game and its components. (Burn 88).

Das Fan-Sein konstruiert sich dabei vor allem kommunikativ und ist in den Alltagspraktiken und in größeren (Kommunikations-)Gemeinschaften eingebettet (vgl. grundlegend *Textual Poachers*), so führt Hills aus:

(F)andom is not simply a thing that can be picked over analytically. It is also always performative [...] it is an identity which is (dis-)claimed, and which performs cultural work. (Hills xi).

Die kommunikativen und medialen Praktiken der Fans stellen Vorreiter der Massenkultur dar (*Convergence Culture*). Dieser Umstand macht sie vor allem für die Industrie so interessant, die diese Gruppe der Intensivspieler in die Produktion, Distribution und Vermarktung einzubinden versucht. Die Immersion in Spielwelten und die Entwicklung von Fankulturen ist dabei unabhängig von bestimmten Spielgenres, da auch die sogenannten *Casual Games* wie *Farmville* oder *Candy Crush* mit größter Intensivität und Aufwand gespielt werden und in ausdifferenzierten Spielergemeinschaften eingebettet sein können (Consalvo). Allerdings hat die Mehrheit der bisherigen, an Medienkultur orientierten Studien in den Game Studies das Genre der von Intensivspielern präferierten *Massively Multiplayer Online Games* wie zum Beispiel *Everquest* oder *World of Warcraft*, die darin vertretenen Gilden und Clans, den E-Sport oder hoch spezialisierte Gamer-communities fokussiert.

Grundlage für eine medienkulturelle Perspektive auf Games und Computerspielfans sind Theorien und Methoden, die in der Tradition des Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) stehen, das sich über eine lange Zeit intensiv mit der gesellschaftlichen Rolle populärer Medienprodukte auseinandergesetzt hat (vgl. im Überblick *Cultural Studies und Medienanalyse*). In Anlehnung an Grossberg (18) kann man die Cultural Studies auch als ein auf soziale Veränderung zielendes »Projekt« verstehen, das Medien und Mediennutzung als kulturelle Alltagsphänomene kritisch betrachtet. Dieser wissenschaftliche Ansatz kann Hepp folgend durch sieben Merkmale definiert werden (*Cultural Studies und Medienanalyse* 19f):

- *Radikale Kontextualität* bedeutet, dass weder ein kulturelles Produkt noch eine kulturelle Praxis außerhalb des jeweiligen kontextuellen Zusammenhangs fassbar sind, in dem sie stehen. Der Kontext kann eng gefasst sein (beispielsweise eine Schule, an der xenophobe Zustände herrschen) oder sehr weit (beispielsweise *die* neoliberalistische Wirtschaftsordnung).
- Das *Theorieverständnis* der Cultural Studies bleibt stets auf den Kontext bezogen; der Wert der Theorie bemisst sich daran, inwieweit sie geeignet ist, das Verständnis von bestimmten Kontexten zu verbessern.
- Den Ansatz kennzeichnet ein *interventionistisches Moment*, das auch auf seinen politischen Charakter verweist. Nicht die zweckfreie Wissensproduktion ist das Ziel, sondern die Produktion von Wissen, aufgrund dessen die Lösung aktueller soziokultureller Probleme ermöglicht werden könnte.
- Die *Interdisziplinarität* resultiert vor allem daraus, dass das primäre Erkenntnisobjekt – die Kultur – nicht in den methodisch-theoretischen Grenzen einer einzigen Disziplin erfasst werden kann. Cultural Studies weisen in ihrer Analyse von (1) *gelebter Erfahrung des Alltags*, (2) deren Manifestationen in *Texten* (im weitesten Sinn) sowie von (3) *sozialen Strukturen*, die all das prägen, über enge Disziplingrenzen hinaus; sie sind demnach *transdisziplinär* angelegt.
- Spezifische Formen von Kultur sind immer mit der Organisation und Ausführung von *Macht* verstrickt. Der Analysefokus erstreckt sich deshalb von der Rolle der Kultur in der Reproduktion von sozialen Klassenstrukturen (Cultural Studies im engeren Sinn) über die gesellschaftliche Organisation und Konstruktion von Geschlecht (Gender Studies; Gay and Lesbian Studies) bis zur Untersuchung von rassistischen Machtstrukturen (Race Studies; Colonial Studies).
- Kultur besteht nicht nur aus Texten, Bedeutungen und ihren institutionellen Bedingungen, sondern sie fungiert im Prozess der Produktion, Verteilung und Wirkung selbst als *Institution*, das heißt als Netzwerk von sozial-materiellen und sozial-semiotischen Beziehungen.

- Zuletzt ist der Ansatz durch seine *Selbstreflexion* charakterisiert, die konsequent und kontinuierlich in der wissenschaftlichen Analyse- und Schreibpraxis vollzogen wird.

Diese Analysekriterien erscheinen auch zur Untersuchung digitaler Spiele und ihrer Vielzahl an Spielkulturen (*game culture*) besonders vielversprechend. Die kontextualisierende Analyseperspektive erweitert den Fokus der Game Studies, da nicht mehr allein spezifische Nutzungs- und Rezeptionssituationen in den Blick genommen werden, sondern auch die Einbettung von Computerspielnutzung in ihre individuellen Entstehungs-, Gegenwarts- und Folgekontexte (Crawford, Rutter 152f; Wimmer 149f). So zeigen beispielsweise alltagskulturell orientierte Studien, dass Computerspielen auf vielfältige Weise Konsequenzen für das reale Leben besitzt. Das Hobby Computerspiel erfordert viel Zeit, beeinflusst Stimmung und Verhalten, kann als Kommunikationsmedium zu anderen Mitspielern fungieren und trägt zur Identitätsbildung bei.

Um vor diesem Hintergrund die gegenwärtige Hochkonjunktur von Computerspielfankultur kritisch zu reflektieren, gliedert sich vorliegender Beitrag in folgende Abschnitte: Zuerst wird einführend auf das Begriffsfeld Computerspielkultur und die diversen Fan-Phänomene aus analytischer Perspektive eingegangen. Mit Hilfe des Konzepts der Medienkultur, das der Systematisierung der unüberschaubaren Kontexte von Computerspielkultur dient, werden exemplarisch vier zentral erscheinende Artikulationen von Computerspielkultur vorgestellt und diskutiert. Der Beitrag schließt mit medienpädagogischen Implikationen, da es das erklärte Ziel der hier vorgestellten Forschungsrichtung ist, die Mediennutzer in die Lage zu versetzen, kritisch und kompetent mit Medienprodukten umzugehen und diese nicht nur zu konsumieren.

Was sind Computerspielfankulturen?

Um zu erfassen, was unter Fantum in Bezug auf digitale Spiele konkret verstanden werden kann, ist es sinnvoll, die Überlegungen von Mäyrä aufzunehmen. Ihm zufolge sollte der Fokus der Game Studies

auf der Interaktion zwischen Spiel und Spieler sowie auf dem sich daraus ergebenden Kontext liegen. Die Tatsache, dass man bei der Sportspielserie *FIFA* den eigenen Lieblingsverein steuert, beim Shooter *Call of Duty* die Rolle des Kriegerhelden einnimmt oder bei der Simulation *Die Sims* für das Schicksal einer ganzen virtuellen Familie verantwortlich ist, ist nicht allein Teil der reinen Spielmechanik, sondern eine repräsentational-symbolische Zugabe, die untrennbar mit dem Spielerlebnis, aber auch mit der Einbettung in die alltägliche Lebenswelt des Spielers verbunden ist. Durch die verschiedenen Aspekte von Spielkultur, den dazugehörigen Praktiken und Erfahrungen wird das Spielerleben in realweltliche Kontexte eingebunden und der Bedeutungscharakter des Spielens generiert.

Für Mäyrä (21f) werden Spielkulturen als spezifische Subkulturen der Spielaneignung analytisch greifbar – wie zum Beispiel LAN-Gamer oder Modder. Diesbezüglich besonders detailliert erforscht sind bestimmte Rituale – wie vor allem Treffen von Gamern und die damit einhergehenden Vergemeinschaftungsprozesse bei LAN-Partys oder anderen »Real Life«-Treffen. Mäyrä folgend sind die weiteren Merkmale von Spielsubkulturen (1) bestimmte Redeweisen und damit die jeweils subkulturell spezifische Verwendung von Begriffen und Verständigungsmöglichkeiten, (2) das Sammeln und Tauschen besonderer Artefakte (wie etwa originalverpackte Spiele, bestimmte Bücher oder Poster zu einem Spiel), über welche die Identifikation mit einer Subkultur sichtbar wird, (3) bestimmte Erinnerungsstücke an Spielerlebnisse und (4) kollektive Orte der Reflexion und des Dialogs über das Spielerleben wie zum Beispiel Internetdiskussionsforen.

Die Erforschung von Spielkultur in ihrer Rolle als (oftmals jugendliche) Subkultur vernachlässigt allerdings zum einen die »schweigende Mehrheit« der Gelegenheitsspieler und deren Spielerleben, da diese nicht über die Merkmale von Subkulturen sichtbar werden, aber nichtsdestotrotz die Mehrzahl der Computerspieler ausmachen. Zum anderen ist auch zu berücksichtigen, dass die Grenzen zwischen den verschiedenen Manifestationen von Spielkultur nicht als feststehend oder gar als essentialistisch zu verstehen sind, sondern vielmehr allein einen Ausdruck sich stetig verschiebender und verändernder Bedeutungsprozesse darstellen. So sind neben den skizzierten Subkulturen im Sinne spezifischer Spielgemeinschaften unter anderem folgende

konkrete Erscheinungen von Spielkultur empirisch beobachtbar: (1) individuelle Spielerkulturen, die besondere Spielertypen und die zum Teil höchst differenzierten Spielarten umfassen wie etwa das Phänomen des Retro-Gaming bzw. die Vorliebe für Computerspieleklassiker aus den 1970er und 1980er Jahren. Daneben existiert (2) eine umfangreiche Computerspielmetakultur. Darunter ist vor allem der künstlerisch-kreative Umgang mit Computerspielen im Rahmen medialer Praktiken zu verstehen. Dies reicht unter anderem von mit Hilfe von Computerspielsoftware selbstproduzierten Kurzfilmen (Machinima) (Lowood), wie zum Beispiel die auf der *Halo*-Game Engine basierenden filmischen Kurzgeschichten *Red vs. Blue*, über diverse kreative Fankulturen bestimmter Spiele oder Spielreihen, wie etwa zu *World of Warcraft* und dessen unzähligen Spielergemeinschaften, bis hin zu der technikbegeisterten Szene der Computerspiel-Modder (Unger). Auf einer gesamtgesellschaftlichen Ebene können Computerspiele und die von ihnen hervorgebrachten Ikonen wie *Lara Croft* oder *Pac-Man* zwar sehr wohl als treibende Kraft einer weltumspannenden und konvergenten Unterhaltungsindustrie, gleichzeitig aber auch als Kulturgüter verstanden werden, die einen kulturellen und sozialen Wert besitzen, da sie Menschen inspirieren.

Die verschiedenen Artikulationsebenen von Computerspielkultur

Aus analytischer Perspektive kann man Computerspielkultur in Anlehnung an Hepp (*Medienkultur*) als einen immer bedeutender werdenden Teilaspekt aktueller Medienkultur verstehen, deren primäre Bedeutungsressource sich in Computerspielen manifestiert und die vor allem mittels technischer Kommunikationsmedien wie zum Beispiel Handhelds oder Konsolen vermittelt und zur Verfügung gestellt wird. Zum Verständnis der Genese von Spielerkulturen hilft es, sich die verschiedenen, vor allem medial vermittelten Artikulationsebenen von Computerspielkultur in einem Kreislauf verschränkt vorzustellen (Abb. 1).

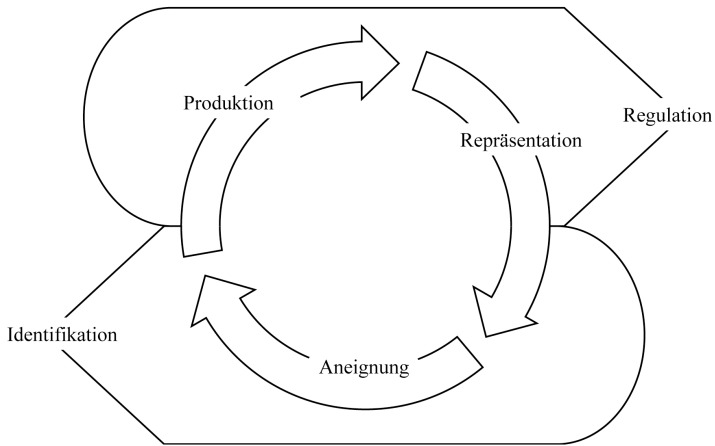


Abb. 1: Kreislauf der Medienkultur (in Anlehnung an Medienkultur)

Die verschiedenen Dimensionen, die mit dem Konzept der Medienkultur erfasst werden, liefern das Wissen darüber, welches kulturelle und soziale Potenzial Computerspiele entfalten können. Im Anschluss an Hepp (*Transkulturelle Kommunikation* 72) sollen fünf spezifische Prozessebenen differenziert werden:

- Die Ebene der (ökonomischen) (Re-)Produktion von und innerhalb von Computerspielen beschreibt »die Strukturen, Praktiken und Prozesse der ›Hervorbringung‹ von Kulturprodukten«. Bezogen auf Spiele bezeichnet diese Ebene vor allem den Bereich der Spielindustrie und damit auch insbesondere der Spieleentwicklung.
- Mit *Repräsentation* wird die »Artikulationsebene der ›Darstellung‹ von Kultur in Kulturprodukten« bezeichnet. Bei Computerspielen geht es auf dieser Artikulationsebene beispielsweise insbesondere um die Darstellung von Gewalt oder Geschlechterrollen in Spielen, deren Bedeutungszuschreibung durch die Spieler, aber auch um die Darstellung von Computerspielen im öffentlichen Diskurs.
- Der Begriff der *Aneignung* bezeichnet grundsätzlich den Prozess des »aktiven ›Sich-Zu-Eigen-Machens‹« von Kultur. Eine Vielzahl

von Spielen sind mit Medienkulturen verknüpft, in denen das Spiel in sogenannten »Communities of Practice« – informellen Lerngemeinschaften – eingebettet ist und man durch den Austausch mit anderen Spielern das Rüstzeug für das Computerspielen erwirbt – ein Prozess, der beispielsweise an der Entstehung von Normen und Regeln innerhalb von Spielergemeinschaften deutlich wird.

- *Regulation* stellt »die Artikulationsebene von Kultur dar, die Einflussnahmen nichtproduzierender Institutionen und Formationen (beispielsweise Politik) auf Kultur fasst.« Bezogen auf Computerspiele geht es hier also zum Beispiel um gesetzliche Bestimmungen über Spielinhalte oder die Festlegung von Altersgrenzen zum Jugendschutz durch die USK.
- *Identifikation* bezeichnet »die Artikulationsebene von Kultur, die den (fortlaufenden) Prozess der Konstitution von Identität auf Basis vermittelter Muster und Diskurse beschreibt.« Sichtbar wird diese Artikulationsebene beispielsweise bei Mitgliedern eines Computerspielclans, die bestimmte Kleidungsstücke tragen oder Redeweisen verwenden, um damit ihre Clan- oder Szenenzugehörigkeit auszudrücken und sich von Nicht-Computerspielern abzugrenzen.

Produktionskontexte und dahinterstehende Intentionen

Oft wird vernachlässigt, dass bei der Entwicklung und Veröffentlichung eines digitalen Spiels auch Bedingungen, die nicht direkt mit dem eigentlichen Entstehungsprozess zusammenhängen, eine wichtige Rolle spielen. Dazu zählen Konzentrationsprozesse innerhalb einer zunehmend globalisierten Spielindustrie, Kommerzialisierungstendenzen, wie der Einsatz von Werbung in Spielen, und eine immer stärkere Abhängigkeit der Entwicklungsstudios von Firmen, die für die Veröffentlichung zuständig sind. Diese äußeren Rahmenbedingungen entscheiden mit darüber, ob ein Spiel letzten Endes produziert wird, ob Konzerne Spieleraktivitäten überwachen, wie Spiele beworben werden und besonders zentral, welche Ideologien die Entstehung eines Spiels beeinflussen.

Ein Beispiel für die Analyse von Produktionskontexten stellt die Diskussion über die Spielserie *America's Army* dar. Sie zeigt, dass es wichtig sein kann, zu fragen, warum und mit welchen Intentionen ein Computerspiel zu einer bestimmten Zeit, von einer bestimmten Organisation oder Institution produziert wird. *America's Army: Operations* wurde 2002, also ein Jahr nach den Anschlägen vom 11. September, von der US Army veröffentlicht. Das Spiel wird kostenfrei im Internet und als CD-ROM-Version in amerikanischen Rekrutierungsbüros angeboten. Der Spielablauf von *America's Army* erinnert an taktische »First-Person Shooter« wie *Counter Strike*, bei denen der Spieler das Spielgeschehen durch die Augen seiner Spielfigur sieht. Das Spielziel ist zuerst, »offline« ein militärisches Training zu absolvieren, um danach »online« im Mehrspielermodus unterschiedliche militärische Einsätze nachzuspielen. Die Spielserie dient zwar nach offizieller Aussage dazu, ein unverfälschtes und realistisches Bild der amerikanischen Streitkräfte zu vermitteln, die negativen Aspekte eines realen Krieges, wie zum Beispiel Todesfälle in der Zivilbevölkerung im Rahmen sogenannter Kollateralschäden, werden jedoch ausgespart. Die nach Power erfolgreichste Rekrutierungsaktion der gesamten US-Geschichte wurde unter anderem dadurch ermöglicht, dass alle Spieleraktivitäten aufgezeichnet und ausgewertet werden, so dass Spielern, die sich bei einer offiziellen Rekrutierungsstelle melden, in Abhängigkeit von Treffern, Verlusten, Regelverstößen, Spieldauer und -häufigkeit, eine individuelle militärische Laufbahn vorgeschlagen wird. Eine andere Studie kommt zu dem Ergebnis, dass 60 Prozent der neu rekrutierten US-Soldaten das Spiel *America's Army* regelmäßig gespielt haben (Dean). Auch wenn diese Form der Propaganda neu erscheint, darf man nicht vergessen, dass es schon lange eine enge Verbindung zwischen dem Militär und der (elektronischen) Unterhaltungsindustrie gibt. Deshalb erscheint es auch nur konsequent, dass die amerikanische Armee mit Filmfirmen zusammenarbeitet, das Institute for Creative Technologies an der Universität von Südkalifornien finanziert, Entwicklern aus der Spielindustrie attraktive Stellenangebote offeriert und immer häufiger zum Training ihrer Soldaten auf Game Engines bekannter Spiele zurückgreift (Lenoir 291f).

Auch an kommerziellen Computerspielen wie beispielsweise *Full Spectrum Warrior* oder *Grand Theft Auto* zeigen Dyer-Witthoford und de

Peuter, wie die mediatisierten Erlebniswelten der Computerspiele nicht nur der Unterhaltungs- und Profitorientierung der Produzenten, sondern auch politischen oder sogar militärischen Interessen dienen können (97f). Eine von der Spielindustrie implementierte bzw. instrumentalisierte Spielkultur trifft hierbei auf eine vielfältige und kreative Fanspielkultur seitens der Computerspieler. Diese Form von *Bottom-Up*-Spielkultur kann aufgrund ungleicher Produktionsprozesse und Ressourcen nicht in vollem Maße an Computerspielkommunikation teilhaben. Diese partizipative Ungleichheit führt Apperley aus: »The bottom line of full inclusion is not just to be able to play games, but to be able to participate in the productive paratextual industries, and also in the content creation and sharing that characterizes the contemporary digital game ecology« (129).

Am äußerst erfolgreichen *World of Warcraft* können diese Zwänge im Zugang zu und der Teilhabe an Computerspielkultur demonstriert werden. 2005 rief eine Spielergemeinschaft zu einem virtuellen Sit-in auf – der Eingang zu einer Spielinstanz sollte mit den Avataren blockiert werden, da man sich durch die Spielregeln im Vergleich zu anderen Charakterklassen im Spiel benachteiligt sah. Das Ergebnis des virtuellen Streiks war für die Aktivisten unerfreulich. Die am digitalen Protest federführend Beteiligten wurden durch die Computerspielfirma *Blizzard* kurzerhand von den Spielservern für immer verbannt (Abaleno). Empirische Studien stellen verallgemeinernd fest, dass zur Entfaltung sozialer Prozesse der spezifischen Ausgestaltung der Computerspiele und ihrer Erlebniswelten eine bedeutende Rolle zukommt (Williams et al; Moore et al). Denn die soziale Architektur der Spielwelten, wie unter anderem Designentscheidungen und Spielregeln, besitzen einen entscheidenden Einfluss auf das Spieler- und Gemeinschaftsverhalten sowie die Art und Weise der Gruppenbildung, indem sie unter anderem spielinterne Normen und Erwartungen prägt.

Spieltext: Ideologie, Repräsentation und Regeln

Zur Untersuchung des eigentlichen Spieltextes bieten sich vielfältige Verfahren an. Eine Möglichkeit ist die Methode der Ideologiekritik

(Kellner 57f). Mit Ideologie ist hier ein System von Überzeugungen, Ideen oder Weltanschauungen gemeint, die einen Anspruch auf Allgemeingültigkeit erheben und gleichzeitig den Interessen einer sozialen Gruppe dienen. Ideologie kann sowohl die Ebene der Repräsentation von Figuren oder Gesellschaftsmodellen, wie auch die ludische Struktur, also die Regeln und Ziele eines Spiels, betreffen.

Als idealtypisches Beispiel für eine ideologiekritische Analyse kann die Spielreihe *Grand Theft Auto* nicht nur wegen ihren expliziten Darstellungen, sondern auch wegen der ungeheuren und andauernden Popularität fungieren. So wurden zuletzt im Herbst 2013 Gewaltdarstellungen und insbesondere eine Folterszene in *Grand Theft Auto V* kontrovers öffentlich diskutiert. So führt Liebl zum Beispiel aus: »Während ich mir noch denke, ich kann doch nicht diesen wimmernden Typen foltern«, wird mir klar: Genau das verlangt »GTA V« von mir. Ich habe noch nie zuvor etwas verstörenderes, abstoßenderes und krasserer gespielt.« An *Grand Theft Auto: San Andreas* wurde beispielsweise der latente Rassismus des Spiels kritisiert, denn das Spiel zeigt Menschen aus Süd- und Mittelamerika vornehmlich als Diebe, Drogendealer, Prostituierte oder Zuhälter. Ist die Darstellung der Spielfiguren möglicherweise rassistisch, so zeigt die Untersuchung der ludischen Struktur keine zwangsläufig rassistischen Spielziele. Denn die Spieler können sich zu großen Teilen frei entscheiden, ob sie Missionen wie Banküberfälle oder Auftragsmorde übernehmen oder sich ihr eigenes Spielziel wählen, indem sie zum Beispiel nur die Großstadt erkunden. Diese Diskrepanz zwischen Repräsentation und Regeln ist bei reinen Propagandaspielen wie *Ethnic Cleansing* oder *Special Force* nicht zu finden. Diese Spiele versuchen meist ganz offen, ihre ideologischen und rassistischen Überzeugungen zu transportieren, so hat man in *Ethnic Cleansing* die Aufgabe, das »Ghetto von Schwarzen, Latinos und Juden zu säubern« (und beim First-Person-Shooter *Special Force* ist man Mitglied des »islamischen Widerstandes«, der eine israelische Invasion im Libanon verhindern soll).

Auch ein mehrfach ausgezeichnetes und ein als »pädagogisch wertvoll«² eingestuftes Spiel wie *The Sims* kann im Zentrum einer ideologiekritischen Diskussion stehen. Kritisiert wurde hier die Glori-

2 <http://www.ea.com/de/news/3-top-auszeichnungen-fur-die-sims-3>.

fizierung von Konsum und Kapitalismus, denn der einfachste Weg, seine »Sims« glücklich zu machen, ist der Kauf von Waren aller Art. Will Wright, der Entwickler des Spiels, sieht *The Sims* jedoch eher als Versuch, den »American Way of Life« zu parodieren (Sivhonen 139). Denn gekaufte Konsumgüter gehen kaputt und Anschaffungen müssen gepflegt oder gewartet werden. So soll der Spieler nach einer längeren Spieldauer feststellen, dass Konsum Zeit und Arbeit kostet und nicht zwangsläufig glücklich macht (Pearce). Dieses Beispiel verdeutlicht, dass man von der Analyse eines Spieltextes nicht unmittelbar auf die Rezeption oder die Einbindung in den Lebensalltag von Spielern schließen kann. Denn der Spieltext ist zwar die Grundlage für Aneignungsprozesse, doch sind unterschiedliche Lesarten und verschiedenartigste Formen des Spielvergnügens möglich.

Praktiken der Aneignung: Vergnügen, kreative Anpassung und Vergemeinschaftung

Aus analytischer Perspektive sind die vielfältigen Formen von Vergnügen und Unterhaltung faszinierend, die Spieler bei der Aneignung von Computerspielen erfahren. Diese Empfindungen werden allerdings nicht einfach vom Spieltext ausgelöst, genauso wenig decken sie sich zwangsläufig mit dem vom Entwickler intendierten Spielvergnügen. Vielmehr sind sie variabel, von der Art des Genres und im Besonderen von individuellen und zum Teil psychologischen Faktoren abhängig. So variiert die Art und Intensität des Spielvergnügens auch während eines einzelnen Spiels, und offensichtlich bietet ein Strategiespiel ein anderes Potenzial für Vergnügen als ein Autorennspiel. Letztendlich ist jedoch die Erwartung, Stimmung, Kompetenz, Erfahrung und der Geschmack des Spielers für die Spielerfahrung entscheidend (Carr 177).

Vergnügung steht auch oft mit verschiedenartigsten Praktiken in einem Zusammenhang – wie vor allem der kreativen Modifikation von Computerspielen oder der Mitgliedschaft in virtuellen Gemeinschaften, die über den eigentlichen Spielprozess hinausgehen. Diese Form von Fanpraktiken, egal ob individuell oder gemeinschaftlich durchgeführt, können dabei sehr unterschiedlich ausfallen. So modi-

fizieren manche Spieler ihre Spiele durch die Einbindung von Figuren, Szenarien oder Musik aus Filmen oder Fernsehserien wie *Star Wars* oder *The Simpsons*. Andere entwerfen Kleidung, Accessoires, Waffen, neue Spielstufen (Level), Spielumgebungen (Maps) oder Spielfiguren. Sie dichten, texten Lieder, entwickeln Geschichten (Fanfiction), zeichnen Szenen, Comics und Spielcharaktere (Fanart) oder arbeiten an Hilfen, die es ermöglichen, einfacher oder schneller das Spielziel zu erreichen (Cheats, FAQs oder Walkthroughs), drehen mit Hilfe von Game Engines Animationsfilme (Machinima) oder verwandeln sich im »real life« in ihre favorisierte Spielfigur (Cosplay).

Fanpraktiken erfolgen mehrstufig: In einem ersten Schritt verliehen die Spieler die ästhetische Distanz zum Spiel, hinterfragen die Autorität des Entwicklers und beginnen die Grenzen des Spieltextes zu überschreiten (Newman 148). Dann werden sie in einem zweiten Schritt durch das Erweitern und Anpassen des Spiels selbst zum Autor (Burn 100). Durch diese semiotische Transformation werden Lücken im Text gefüllt, indem beispielsweise im Spiel nur angedeutete Sachverhalte zu Ende gedacht, implizite Beziehungen explizit gemacht, Spielcharaktere in neue Situationen versetzt oder sexuelle Präferenzen konvertiert werden. Diese Form des »intertextuellen Spiels« (Fiske 3) ist dabei meist mehr von den Motivationen und Bedeutungszuweisungen der Spieler als vom gespielten Spiel geprägt.

Ein Sonderfall der Modifizierung ist die Praxis, ein Spiel »gegen die Regeln« zu spielen (Everett 318) und nicht mehr dem vom Spielentwickler vorgesehen Spielziel zu folgen. Die Bandbreite reicht dabei von kreativen Spielzielen, wie eine Spielebene in möglichst kurzer Spielzeit (*Speedrunning*) oder ohne den Einsatz von Gewalt zu vollenden (*Creative Play*) oder dem Vergnügen nach Fehlern (*Bugs*) in der Software zu fahnden, bis zum Versuch, durch eigene Programmierung in den intendierten Spielablauf und das vorgegebene Spielziel einzugreifen. Diese Formen von »widerständigen Lesarten und Praktiken« (Fiske 2) zeigen, dass Komponenten des Spiels, die im Spiel selbst keine oder nur eine untergeordnete Rolle spielen, zum beherrschenden Generator von Spielvergnügen oder auch als Ressource für expressive und soziale Aktivitäten werden können (Burn 88).

Je mehr Zeit Spieler mit der Verbreitung von spielspezifischen Informationen oder der kreativen Anpassung von Spielen verbringen,

desto häufiger sind sie auch Mitglieder einzelner Fankulturen, die sich mit einzelnen Spielen, Genres oder ausgewählten Aspekten von Spielen beschäftigen. Dabei reicht die Bandbreite dieser, oft nur temporären Gemeinschaften, von eher losen Verbünden bis hin zu stark differenzierten und gut organisierten Fankulturen, die über ein festes Set von Regeln und Normen, eine gemeinsame Sprache und Geschichte, geteilte Verhaltensmuster und eigene Institutionen verfügen.

Dabei lassen sich abhängig von der Tiefe der Involvierung unterschiedliche Spielertypen unterscheiden. Die Stufe des »Novizen« ist zuallererst durch Neugierde gekennzeichnet, der betreffende Spieler kennt die spezialisierte Kultur kaum und verweilt auch nicht lange in ihr. Wenn sein Interesse steigt und er sich über einen längeren Zeitraum intensiv mit seinem Hobby beschäftigt, wird er zum »Touristen«. Der Status eines »Freaks« wird erst erreicht, wenn Kompetenz und Wissen groß genug sind und eine dauerhafte Stabilisierung des Interesses einsetzt (Winter 167f). Natürlich erfordern diese Fanaktivitäten einen beträchtlichen Zeitaufwand, trotzdem ist die Teilhabe an diesen Gemeinschaften für viele Spieler sehr befriedigend, da sie öffentliches Ansehen, Selbstbestätigung und eine große Anzahl sozialer Kontakte gewinnen können (Burn 90).

Darüber hinaus stellen die meisten virtuellen Fangemeinschaften unterschiedliche Formen von Kapital zur Verfügung. Spieler können beispielsweise vom kollektiven oder spezialisierten Wissen der Gemeinschaft profitieren (Wissenskapital), auf ein großes, differenziertes Netzwerk zurückgreifen (Netzwerkkapital) und von der Solidarität innerhalb der Gemeinschaft profitieren (Sozialkapital). Dabei werden manchmal virtuelle Gruppen für einzelne Spieler so bedeutsam, dass sie dort moralische und emotionale Unterstützung bei Lebenstraumata suchen und (scheinbar auch) finden. Dies zeigt, dass obwohl die Gemeinschaften nur virtuell existieren, »reale« soziale Funktionen übernommen werden.

Repräsentation und Aneignung von Geschlechterkonstruktionen

Prozesse der individuellen Identitätsarbeit werden oft durch die Repräsentation von Identitätsmarkern in digitalen Spielen angestoßen. Dazu zählen die Darstellung von Klasse, Rasse, Ethnie, Alter, sexueller Orientierung und des biologischen und sozialen Geschlechts. Dabei kann die Auseinandersetzung mit der eigenen Identität auf unterschiedliche Arten erfolgen wie zum Beispiel durch die Auswahl und Modifizierung von Spielfiguren, durch den eigentlichen Spielprozess, durch die zeitgleiche oder spätere Reflexion über das Spiel oder durch die Kommunikation mit anderen Spielern. Natürlich fordert dabei nicht jedes Spiel oder Spielgenre den Spieler gleichermaßen zur Identitätskonstruktion heraus. Genres wie Gesellschaftssimulationen oder Rollenspiele bieten durch die vielfältigen Wahl-, Gestaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten der Spielfiguren ein besonders großes Potenzial.

Exemplarisch sollen hier die Implikationen von Geschlechtsdarstellungen in Spielen diskutiert werden. Biologisches und soziales Geschlecht können nicht gleichgesetzt werden, denn das soziale Geschlecht (*gender*) bezieht sich zwar auf das biologische Geschlecht (*sex*), betont aber die soziale Konstruiertheit und kulturelle Vermittlung von geschlechtlicher Identität (Bryce, Rutter 302). Die soziale Funktion von Genderzuschreibungen besteht dabei in der Regulierung des Verhaltens der Geschlechter untereinander. So werden die als akzeptiert geltenden Normen, Erwartungen und Rollen, der Weg, wie Individuen die Welt erfahren, sich selbst sehen und präsentieren, festgelegt. In diesem Sinne sind Geschlechtskonstruktionen gemeinschafts- und zeitspezifisch und dadurch prinzipiell veränderbar. Mittels der Darstellung von Spielfiguren werden also Identifikationsangebote gemacht, die von den Spielern dazu benutzt werden können, ihre Geschlechtsidentität zu entwickeln (Schindler 21). Spiele wirken in diesem Sinne als Sozialisationsagenten, die rhetorisch und persuasiv operieren, das heißt, dass sie je nach Zielsetzungen (oder spezifischen Machtverhältnissen) Geschlecht bestätigen, akzentuieren, umkehren, verwerfen oder ironisieren. Dabei spielen sie eine doppelte Rolle: In der Sozialisation können sie, ähnlich wie andere Medien, zur

Formung der geschlechtlichen Identität beitragen. Dadurch wird nicht zwangsläufig die Persönlichkeit der Spielenden verändert, aber es ist möglich, dass bestätigt und verstärkt wird, was die Spieler an gesellschaftlichen Vorstellungen, Werten und Normen bereits verinnerlicht haben. Andererseits können sie auch emanzipatorisch wirken, indem sie zur Übernahme von fremden Perspektiven ermutigen (Gee 259) und für die soziale Konstruktion von Geschlechterrollen, genderspezifische Probleme und gesellschaftliche Ausgrenzungen sensibilisieren. Auch wenn das Genderkonzept oft nur mit der Darstellung von weiblichen Spielfiguren in Verbindung gebracht wird, so steht es doch genauso für die Repräsentation und Aneignung von Maskulinität. Bryce und Rutter erinnern zum Beispiel daran:

It is also possible to consider the resistance of dominant conceptualizations of masculinity by male gamers. It is also possible that male gamers may construct an alternative masculine role that challenges the traditional masculine emphasis on physical strength and competition. (Bryce, Rutter 308).

Spiel-Avatare eignen sich besonders gut zur individuellen Reflexion und zum »Empowerment« der Spieler, indem sie Prozesse wie »Virtual Cross-Dressing«, »Gender Customising« oder »Gender Swapping« ermöglichen (Meadows; Zaheer, Griffiths 50f). Shaw zeigt in ihren Studien auf, dass auch – wenn auch nur in einem bescheidenen Maßstab – transgener, schwul-lesbische und bisexuelle Repräsentationen Eingang in Computerspiele finden (243f).

Konkret können folgende Fragen zur Analyse geschlechtlicher Identitätsmarker gestellt werden: (1) Inwieweit stehen im Spiel überhaupt geschlechtliche Identitätsmarker zur Verfügung? Und wenn ja, welche Geschlechtsvorstellung repräsentieren sie? (2) Inwieweit ist das Verhältnis der verschiedenen geschlechtlichen Spielcharaktere ausgeglichen? (3) Inwieweit sind diese Spielfiguren steuerbar oder sogenannte »Non Player Characters« (NPCs)? Oft sind weibliche Figuren zwar im Spiel vertreten, aber nur in Form der (nicht steuerbaren) Prinzessin, die entweder errettet werden muss oder als »Belohnung« auf den Spieler wartet. (4) Besitzen die verschiedenen Avatare die gleichen Handlungsmöglichkeiten und Gewinnchancen, oder verändert sich durch die Wahl des Geschlechts eventuell das Spielziel? (5) Wie sind die Avatare ästhetisch gestaltet, herrschen stereoty-

pische oder sexistische Darstellungen vor (zum Beispiel sexuell aufreizende Kleidung oder die Betonung von physischen Attributen)? Wie werden die Charaktere auch außerhalb der eigentlichen Spielsituation in *Cut Scenes* und *Full Motion Videos* (FMVs), im Handbuch und in Rezensionen, auf der Spielverpackung und auf Werbepostern dargestellt? (6) Inwieweit zeigen sich im Spiel neue Diskurse oder wird an tradierten Stereotypen von Geschlecht festgehalten?

Auch wenn Kafai et al in ihrer grundlegenden Anthologie feststellen, dass sich die Gender-Kontexte in und um Computerspiele in den letzten Jahren geändert haben, unterscheidet sich die gegenwärtige Situation nicht wesentlich von der in den 1990er Jahren (vgl. im Überblick Cassell, Jenkins). Versucht man Aussagen über die Repräsentation von Geschlechtskategorien zu treffen, lassen sich nur wenige allgemeingültige Tendenzen feststellen. Zum einen verringert sich zwar die ehemals klare, quantitative Dominanz männlicher Spielfiguren, vor allem bei den steuerbaren Charakteren oder zentralen NPCs (Schindler 21), immer weiter. Zum anderen wird bei der Darstellung von Geschlechtskategorien, insbesondere bei der Repräsentation weiblicher Avatare, weiterhin aber in der Regel immer noch auf (sexualisierte) Stereotype zurückgegriffen. So sind weibliche Charaktere in der Mehrheit der kommerziellen Computerspiele unterrepräsentiert oder erscheinen in unterwürfigen Kontexten (Beasley, Collins Standley 286f; Grapentin 161f). Das vor allem in den USA populäre *The Sims* wird von Jenkins und Cassell als ein Positivbeispiel aufgeführt, da es Spielerinnen anspreche, ohne dabei exklusiv auf Stereotype zu vertrauen (11f). Nichtsdestotrotz stellt Zaremba zusammenfassend fest:

Die Heldinnen sollen zum einen als Identifikationsfiguren für den weiblichen Markt dienen, sodass auch das Interesse von Mädchen an Computerspielen wächst, zum anderen als erotischer Kaufanreiz für die männliche Käuferschicht fungieren. (Zaremba 283).

Die vor allem in Mainstreamspielen verwendeten Klischees ähneln auf den ersten Blick denen, die auch in anderen Medien verwendet werden, jedoch war lange Zeit eine stärkere Schwarz/Weiß-Zeichnung und eine Übermodellierung der Geschlechtsmerkmale vor allem der weiblichen Spielfiguren vorherrschend: »Nearly all virtual

protagonists display huge breasts, extreme wasp waists, and ultra-long legs« (Richard, Zaremba 294) Besonders die Darstellung von Lara Croft wurde aufgrund knapper Kleidung und des anatomisch unmöglichen Verhältnisses von Brust zu Taille als sexistisch kritisiert.³ Der weibliche Star der *Tomb Raider*-Serie ist nach dieser Sichtweise ein Objekt der voyeuristischen Befriedigung und ein Mittel zur Produktion von Vergnügen durch Macht und Kontrolle über die Hauptfigur (Bryce, Rutter 303). Es existiert aber auch eine gegensätzliche Leseart: Nach ihr wird der Einsatz einer starken, weiblichen Heldin im Spiel als revolutionär und emanzipatorisch angesehen (zu einer Diskussion der verschiedenen Lesarten von Lara Croft vgl. auch Kennedy). Denn durch die Bereitstellung einer weiblichen Spielfigur wird ein positives Rollenmodell angeboten, und Spieler erhalten die Möglichkeit, eine weibliche Spielperspektive einzunehmen. Die verschiedenen Lesarten des Spiels sind allerdings nur fakultativ und in ihrer Aneignung abhängig von vielen Kontextfaktoren – so problematisiert Atkins:

We may become deeply involved in the experience of watching or playing »as« Lara Croft, but we never undertake a magical transformation to »become« her. This is a fantasy world forever mediated not just by a distance between player and protagonist that is integral to the third-person gameplay (we »look« not so much over her shoulder, but from above and behind), but by the technology of delivery. (Atkins 28f.)

Erlaubt *Tomb Raider* nur die Steuerung eines weiblichen Spielcharakters, bieten andere Spiele die Möglichkeit, eine eigene Spielfigur, egal welchen Geschlechts, zu erschaffen. Jedoch ist wenig darüber bekannt, wie und aus welchen Gründen Spieler tatsächlich mit Geschlechtskonstruktionen in dem Sinne experimentieren, dass sie eine Spielfigur des anderen Geschlechts wählen (Carr 167). Möglich ist ja nicht nur die Absicht des Spielers, über die eigene Geschlechtsidentität zu reflektieren, sondern es können auch Vorteile im Spiel oder das Vergnügen an der (sexualisierten) Ästhetik der Spielfigur im Vordergrund stehen. Es ist zu erwarten, dass, obwohl die meisten Spiele traditionelle Geschlechterrollen und -stereotype eher reproduzieren

3 Interessanterweise verkörpert der Avatar von Lara Croft in der 2013er Version *Tomb Raider* ein stark athletisches und maskulines Frauenbild.

und verstärken, in Zukunft weitaus differenziertere und variabelere Rollenangebote mit entsprechenden Interaktionsmöglichkeiten in digitalen Spielen zu finden sein werden. So ist im Vergleich zu früher ein verstärktes Auftreten von Gamerinnen- und Transgender-Spielkulturen zu beobachten (Shaw 234f; Zaremba 286f).

Kontexte, Medienkompetenz und Computerspiele

Cultural Studies postulieren, dass es notwendig ist, digitale Spiele in ihren Kontexten zu untersuchen. So deckt eine Untersuchung der Produktionskontexte äußere Rahmenbedingungen, soziale Praktiken und Ideologien auf, die die Entwicklung eines Spiels beeinflussen. Die Analyse von Spieltexten, von Repräsentation und Regelstruktur beleuchtet, wie sich vom Spielentwickler propagierte Gesellschaftsmodelle, bevorzugte Lebensstile und Rollenmodelle und implizite Wert- und Normenvorstellungen im Spiel manifestieren. Die Untersuchung der Aneignung von digitalen Spielen kann die Variabilität von Lesarten, die Vielfältigkeit der kreativen und produktiven Praktiken und unterschiedliche Formen der Produktion von Bedeutung und Vergnügen verdeutlichen. Obwohl diesbezüglich noch Studien auf breiter Front ausstehen, ist es plausibel anzunehmen, dass – analog zu den Befunden der Forschung zur Aneignung von Social-Web-Angeboten – nur eine Minderheit von Spielern bzw. den Computerspielfans diese kreativen Spiel- und Kommunikationsräume, wie zum Beispiel das Erstellen von Mods, auch wirklich in Anspruch nimmt bzw. dazu befähigt ist. Der Bereich der Konsumption, also die reine Nutzung eines Spiels, stellt natürlich die mehrheitliche Praxis des Computerspielens dar. Eine entscheidende Rolle spielt hier die kontextspezifische Einbettung des Computerspielens in seine verschiedenen Computerspielfankulturen.

Da digitale Spiele im Leben vieler Jugendlicher und Erwachsener eine so wichtige Rolle spielen, drängt sich die Frage auf, ob Spielen und die dazugehörigen Fanpraktiken den Erwerb von Medienkompetenz (*Media Literacy*) unterstützen? Folgt man Gee, dann ist Lernen immer Teil des Spiels, denn die Beschäftigung mit digitalen Spielen

löst kritische Lernprozesse aus, durch die der Spieler die Welt auf eine neue Art und Weise erfährt, neue Gruppen mit unterschiedlichen sozialen Praktiken kennenlernt und Ressourcen für zukünftiges Lernen und Problemlösen erwirbt: »When people learn to play video games, they are learning a new *literacy*« (Gee 229 [H.i.O.]). Spieler erwerben also eine neue Form von Medienkompetenz, die es ermöglicht, Medien kritisch zu hinterfragen, gezielt zu nutzen und auch selbst zu produzieren. Sie nutzen dazu ihr Wissen über die Zusammenhänge der Computerspielindustrie und lernen, technische Geräte zur rezeptiven wie auch interaktiven Mediennutzung sowie zur innovativen und kreativen Mediengestaltung zu gebrauchen. Denn gerade die selbständige Herstellung von Medienprodukten, wie das Modifizieren und Anpassen von Spielen, ist ein erster Schritt zum Erwerb von Medienkompetenz. Es bleibt zu hoffen, dass zukünftig mehr »Tools« und »Engines« entwickelt werden, die es Spielern ermöglichen, ihre eigenen Versionen von Gemeinschaft, Gesellschaft und Identität zu entwickeln, zu verbreiten – und natürlich zu spielen. Empirisch ist noch ungeklärt, ob Intensivspieler bzw. Computerspielfans mehr von diesen Lernprozessen lernen als die Mehrheit der sogenannten Gelegenheitsspieler.

Literatur

- Abaleno. These Screenshots Are Worth a Ban! *The Cesspit*, 29. Jan. 2005. <http://www.cesspit.net/drupal/node/491> (17. Jul. 2014).
- Apperley, Tom. *Gaming Rhythms: Play and Counterplay from the Situated to the Global*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2010.
- Atkins, Barry. *More Than a Game: The Computer Game as Fictional Form*. Manchester: Manchester University Press, 2003.
- Beasley, Berrin und Tracy Collins Standley. Shirts vs. Skins: Clothing as an Indicator of Gender Role Stereotyping in Video Games. *Mass Communication & Society* 5.3 (2002): 279–293.
- Bryce, Jo und Jason Rutter. Gendered Gaming in Gendered Space. *Handbook of Computer Game Studies*. Eds. J. Raessen und J. Goldstein, 301–310. Cambridge/London: MIT Press, 2005.

- Burn, Andrew. Reworking the text: Online fandom. *Computer Games: Text, Narrative and Play*. Eds. Diane Carr et al, 88–102. Cambridge: Polity, 2006.
- Carr, Diane. Games and Gender. *Computer Games: Text, Narrative and Play*. Eds. Diane Carr et al, 162–178. Cambridge: Polity, 2006.
- Consalvo, Mia. Hardcore Casual: Game Culture Return(s) to Ravenhearst. *Proceedings of the 4th International Conference on Foundations of Digital Games*. Port Canaveral (2009): 50–54.
- Crawford, Garry und Jason Rutter. Digital Games and Cultural Studies. *Understanding Digital Games*. Eds. J. Bryce und J. Rutter, 148–165. London: Sage, 2006.
- Dean, Sidney. Autos und Moneten. *Y – Das Magazin der Bundeswehr*, 2012. <http://bit.ly/1r7ncdA> (17. Jul. 2014).
- Dyer-Witheford, Nick und Greig de Peuter. *Games of Empire: Global Capitalism and Video Games*. Minneapolis: University of Minnesota, 2009.
- Everett, Anna. Serious Play: Playing with Race in Contemporary Gaming Culture. *Handbook of Computer Game Studies*. Eds. J. Raessen and J. Goldstein, 311–325. Cambridge/London: MIT Press.
- Fiske, John. *Reading the Popular*. London/New York: Routledge, 1991.
- Gee, James P. Semiotic Domains: Is Playing Video Games a ›Waste of Time‹. *The Game Design Reader: A Rules of Play Anthology*. Eds. K. Salen und E. Zimmerman, 228–267. Cambridge: MIT Press, 2006.
- Grapenthin, Helga. Geschlechterbilder in Computer- und Videospielen. *Wie wir spielen, was wir werden. Computerspiele in unserer Gesellschaft*. Eds. T. Bevc und H. Zapf, 161–184. Konstanz: UVK, 2009.
- Grossberg, Lawrence. *Bringing It All Back Home: Essays on Cultural Studies*. Durham: Duke University, 1997.
- Hepp, Andreas. *Transkulturelle Kommunikation*. Konstanz: UVK, 2006.
- Hepp, Andreas. *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS, 2010.
- Hills, Matt. *Fan Cultures*. London: Routledge, 2002.
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. London/New York: Routledge, 1992.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York/London: New York University Press, 2006.
- Jenkins, Henry und Justine Cassell. From Quake Grrls to Desperate Housewives: a Decade of Gender and Computergames. *Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender and Gaming*. Eds. Y. B. Kafai et al, 5–20. Cambridge: MIT Press, 2008.
- Kafai, Yasmin et al. *Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender and Gaming*. Cambridge: MIT Press, 2008.

- Kellner, Douglas. *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. London/New York: Routledge, 1995.
- Kennedy, Helen W. Lara Croft: Feminist Icon or Cyberbimbo? *Game Studies* 2.2 (2002).
- Lenoir, Tim. All but war is simulation: The Military-Entertainment Complex. *Configurations* 8.3 (2000): 289–335.
- Liebl, Franz. Folter in »Grand Theft Auto« – Warum ich »GTA V« nicht mehr weiterspielen kann, 20. Sep. 2013. <http://www.br.de/puls/themen/popkultur/gta-v-folter-kommentar-100.html> (17. Jul. 2014).
- Lowood, Henry A. High-Performance Play: The Making of Machinima. *Videogames and Art: Intersections and Interactions*. Eds. A. Clarke und G. Mitchell, 59–79. Chicago: University of Chicago Press, 2007.
- Mäyrä, Frans. *An Introduction to Game Studies: Games in Culture*. London: Sage, 2008.
- Meadows, Foz. Seeming Female: Gender In Digital Spaces Online, 15. Jan. 2014. <http://fozmeadows.wordpress.com/2014/01/15/seeming-female-gender-in-digital-spaces/> (17. Jul. 2014).
- Müller-Lietzkow, Jörg. Die »Killerspieldebatte«, Jugendmedienschutz und deren mögliche wirtschaftliche Konsequenzen: Welche Auswirkungen hat eine veränderte Medienregulation auf die Produktion digitaler Spiele in Deutschland? *Paderborner Universitätsreden 117*. Paderborn: Freese, 2010.
- Newman, James. Social Gaming and the Culture of Videogames. Competition and Collaboration on and off Screen. *Videogames*. Ed. J. Newman, 145–162. London/New York: Routledge, 2004.
- Pearce, Celia. Sims, BattleBots, Cellular Automata God and Go. A Conversation with Will Wright by Celia Pearce. *Game Studies* 2.1 (2002).
- Power, Marcus. Good Morning Zekistan: Post 9/11 Video war games and the militarisation of US popular culture. Paper presented at the Crossroads in Cultural Studies. University of Istanbul (2006).
- Richard, Birgit und Jutta Zaremba. Gaming with GRRRLS. Looking for She-heroes in Computer Games. *Handbook of Computer Game Studies*. Eds. J. Raessen und J. Goldstein, 283–300. Cambridge/London: MIT Press, 2005.
- Schindler, Friedemann. Super Mario und Super Marion. Geschlechtsrollen in Computer- und Videospielen. *Medien Praktisch* 3 (1996): 21–25.
- Shaw, Adrienne. Putting the Gay in Games: Cultural Production and GLBT Content in Video Games. *Games and Culture* 4 (2009): 228–253.
- Sivhonen, Tanja. *Players Unleashed! Modding The Sims and the Culture of Gaming*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2011.
- Unger, Alexander. Modding as a Part of Game Culture. *Computer Games and New Media Cultures: A Handbook of Digital Game Studies*. Eds. J. Fromme und A. Unger, 509–525. Wiesbaden: Springer, 2012.

- Wimmer, Jeffrey. *Massenphänomen Computerspiele. Soziale, kulturelle und ökonomische Aspekte*. Konstanz: UVK, 2013.
- Winter, Rainer. *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß*. 2. Auflage. München/Köln: Halem, 2010.
- Zaheer, Hussain und Marc D. Griffiths. Gender Swapping and Socializing in Cyberspace: An Exploratory Study. *CyberPsychology & Behavior* 11.1 (2008): 47–53.
- Zaremba, Jutta. »Sie will doch nur spielen« –Von Cyber-Heldinnen und Gamerinnen-Kulturen. *Wie wir spielen, was wir werden. Computerspiele in unserer Gesellschaft*. Eds. T. Bevc und H. Zapf, 281–292. Konstanz: UVK, 2009.

Let's Play! Tentative Überlegungen zur Ästhetik eines Online-Fanomens

Tom Reiss

Im Laufe der vergangenen drei Jahrzehnte haben sich Computerspiele von einem marginalen Hobby zu einer vielerseits beliebten Freizeitbeschäftigung entwickelt. Dementsprechend haben sich im Laufe der letzten zehn Jahre die *Game Studies* (also der theoretische Diskurs über Computerspiele) als produktives Beschäftigungsfeld der Kulturwissenschaften etabliert. Der Soziologe Garry Crawford identifiziert 2011 Computerspiele und die wissenschaftliche Beschäftigung mit ihnen als zentrale zeitgenössische Forschungsdisziplin (Crawford 2); von dieser Entwicklung mögen außerdem diverse akademische Programme und Veröffentlichungen wie das *Journal of Gaming & Virtual Worlds* oder *PAIDLA – advanced game studies* Zeugnis tragen.

Die Spielerinnen und Spieler beschränken ihre Aktivität allerdings nicht auf das Spielen selbst; darüber hinaus haben sie begonnen, dem Spielen eine weitere Ebene hinzuzufügen und zu ihrem eigenen Vergnügen (sowie dem geneigter Internetnutzer) Videos zu erstellen. Es handelt sich um Videos verschiedener Länge, die in den allermeisten Fällen die Formulierung »Let's Play« im Titel tragen, Aufnahmen von Computer- oder Konsolenspielen zeigen und dabei von Kommentaren der jeweiligen Ersteller der Videos begleitet sind. Es ist schwer zu sagen, wann diese Praxis in Mode kam – es scheint legitim, die Entstehung des Let's Play-Phänomens mit der Gründung des Online-Videoportals *YouTube* im Jahr 2005 in Zusammenhang zu setzen. Es muss allerdings erwähnt werden, dass die allgemeine Praxis des *Vidding*, also von Fans erstellte Videos, die bestehendes Video- bzw. Audiomaterial kreativ bearbeiten und erweitern, der sehr speziellen Form des Let's Play und der Plattform *YouTube* um mehrere Jahrzehnte vorausgeht (Coppa 2008).

Ursprünglich mag die Herstellung und Rezeption dieser Videos nicht mehr gewesen sein als das unorthodoxe Hobby einiger weniger Computerspiel-Enthusiasten – es hat sich mittlerweile jedoch zu einer populären Unterhaltungsform entwickelt; so populär, dass die stetig steigenden Zuschauerzahlen mittlerweile Online-Plattformen, Spieleherstellern und Werbekunden zum Anlass gereichen, große Summen an Geld in den Bereich zu investieren, während die Zuschauer selbst zu Tausenden Live-Events (in Form von Livestreams) ihrer präferierten Kommentatoren beiwohnen.

Was diese Form user-generierter Unterhaltung im Kontext dieses Sammelbandes interessant macht, ist, dass die Daseinsbedingungen des Fandoms in all ihren Aspekten in diesem Bereich starken Einfluss ausüben – »konsumieren, partizipieren, kreieren« – diese drei Begriffe nehmen einzig- und eigenartige Schattierungen an, wenn man sie aus der Perspektive eines Umfeldes betrachtet, in dem ein Unterhaltungsprodukt gleichzeitig interaktiv rezipiert wird und diese interaktive Rezeption wiederum anderen Rezipienten zur Verfügung gestellt wird. Im Zusammenhang mit finanzieller Beteiligung von verschiedener Seite werden diese Schattierungen weiter spezialisiert, und es stellen sich einer medien- und kulturtheoretischen Semiotik verschiedene alte Fragen in einem neuen Rahmen: Fragen zum Verhältnis von Unterhaltung und Konsum, zum Stellenwert von Interaktion in medialen Ausdrucksformen, zur gesellschaftlichen (Un-)Abhängigkeit der Kunst und nicht zuletzt die Frage, was hier Kunst sein soll.

Diese Fragen legen in einem nächsten Schritt den Gedanken nahe, dass viel grundlegende Fragen der Ästhetik in diesem Falle an einem Ort auftauchen, auf den der Blick der klassischen philologischen Disziplinen noch nicht verstärkt gerichtet wurde. In diesem Sinne schlage ich vor, der Versuchung zu widerstehen, bei der Betrachtung der kulturellen Schnittstelle Let's Play etwas Neues zu betrachten und neue Beschreibungswerkzeuge zu suchen. Stattdessen behaupte ich hier eine Gelegenheit, in der Verbindung des sehr Speziellen (Let's Play) und des sehr Allgemeinen (der dialektischen Ästhetiktheorie) dieses Online-Fanomen auf Augenhöhe mit konventionellen Unterhaltungsformen zu betrachten.

Einführend soll jedoch zunächst ein Überblick über den zu untersuchenden Gegenstand geschaffen werden.

Let's Play!

Wie bereits erwähnt, handelt es sich bei Let's Play-Videos – oft auch »LP« oder »Longplay« (nachfolgend abgekürzt als LP) – um Videoaufnahmen von Computerspielen, die üblicherweise mit Audiokomentaren der Spielenden versehen sind. Um welche Spiele es sich dabei handelt, hängt in der Regel von der Präferenz der Spielenden selbst ab; populäre und/oder kommerziell erfolgreiche Spiele wie *Minecraft* (2011) sind hier verhältnismäßig oft vertreten, gleichzeitig aber finden sich zahlreiche Aufnahmen älterer Spieleklassiker wie beispielsweise *X-Com* (1994) oder von Independent-Spielen, die einen gewissen Kultstatus erreicht haben, wie beispielsweise *Dwarf Fortress* (2006).

Ursprünglich betrug die übliche Länge eines entsprechenden Videos etwa zehn Minuten, was größtenteils technischen Beschränkungen seitens *YouTube* und anderer Videoportale geschuldet war. Die meisten der Videos haben nach wie vor selten eine kürzere Dauer, können aber seit der Aufhebung der Zeitbegrenzung auch mehrere Stunden dauern. Die Videos sind üblicherweise in Playlisten zusammengefasst, deren Komplettdauer einerseits von der Länge des Spiels und andererseits von Gewohnheiten der Spielenden abhängt und somit einige Minuten, aber auch mehrere hundert Stunden einnehmen kann. Auch die Frequenz, in der die LPs beziehungsweise ihre individuellen Videos hochgeladen werden, variiert stark – einige LPs werden am Stück zur Verfügung gestellt, andere wiederum werden sukzessive über den Zeitraum mehrerer Jahre hochgeladen.

In den meisten Fällen wird der Audiokommentar während des Spielens aufgenommen; nachträglich aufgezeichnete Kommentare oder auch das komplette Fehlen eines Audiokommentars sind zwar seltener, aber keineswegs Ausnahmen. Die technische Qualität sowohl des Video- als auch Audiobestandteils ist hierbei sehr unterschiedlich; während die meisten LPer verschiedene Screen- und Soundcapturing-Software (wie *FRAPS*, *Camtasia* oder *Screenflow*; ganz

allgemein Software, die Bild- und Tonmaterial anderer auf dem gleichen Computer aktiver Programme – in diesem Fall Spiele – aufzeichnet) verwenden, finden sich auch viele Videos niedriger Qualität, die mitunter auf Kameraaufnahmen der jeweiligen Bildschirme basieren, aber auch gekonnt digital nachbearbeitete Aufnahmen in hochauflösender Qualität. Viele Kommentierende fügen dem Video per Bild-im-Bild Webcam-Aufnahmen ihrer selbst beim Spielen hinzu.

In Hinsicht auf die Art des Kommentars ist in erster Linie von Bedeutung, dass trotz einer breiten formalen Ausfächerung der LPs sich diese deutlich von anderen Formen von Computerspielvideos abgrenzen lassen. Bereits bevor LPs als Unterhaltungsform entstanden, stellten sowohl Spieleproduzenten als auch private Nutzer Online-Videos zur Verfügung, die entweder Werbezwecken dienten oder sich zu Zwecken der Rezension oder Kritik mit den entsprechenden Spielen auseinandersetzten. Ebenfalls verbreitet waren bereits in Prä-LP-Zeiten Aufnahmen mit dem Ziel der Hilfestellung für andere Spieler, die Erläuterungen, Lösungen beziehungsweise Tipps boten oder Musterspieldurchgänge präsentierten (Walkthroughs, Tutorials etc.). Diese Formen bestehen nach wie vor, unterscheiden sich aber spezifisch von der Form der LPs dadurch, dass Letztere einen Schwerpunkt auf die Vermittlung des Spielvergnügens legen und nicht auf möglichst gekonntes Spielen. Dies ist natürlich ein reichlich vages Konzept, das allerdings in den folgenden Ausführungen näher eingegrenzt werden soll. An dieser Stelle sei genug damit gesagt, dass der Kommentar der meisten LPs von bloßen Beschreibungen des Gezeigten bis hin zu Plaudern über vom Spiel unabhängige Dinge reichen kann, wobei die Spielenden in der Regel formlos sprechen und die Zuschauenden ihnen dabei »Gesellschaft leisten«.

Während die Form der Erläuterung oder Rezension bei LPs in den Hintergrund getreten ist, haben sich verschiedene Variationen des freien Kommentars entwickelt – da diese in erster Linie von den einzelnen Kommentatoren abhängig sind, von denen Tausende allein auf *YouTube* LP-Videos zur Verfügung stellen, ist es unmöglich, an dieser Stelle eine vollständige Taxonomie der Kommentartypen zu bieten; Stile von besonderer Beliebtheit lassen sich allerdings identifizieren.

In erster Linie ist hier die Form des »blinden« LPs zu nennen (üblicherweise betitelt mit »Let's Play [Spiel x] blind«). Diese Formulierung markiert den Umstand, dass die Spielenden keine vorherige Erfahrung mit dem Spiel haben und es zum ersten Mal spielen. Erwähnenswert ist, dass der erzielte Effekt den »blinden« Spielens – die Wirkungssteigerung von Affekten wie Überraschung oder Schreck, erhöhter Schwierigkeitsgrad der vom Spiel gebotenen Herausforderungen – im Idealfall von den Zuschauenden geteilt wird und damit der Unterhaltungswert erhöht wird. Das Scheitern am Spiel, unerwartete Erfolgserlebnisse und direkte emotive Reaktionen der Spielenden haben in diesen Fällen Vorzug vor Können und Dokumentation. Dies scheint ein Phänomen zu sein, das sich im Grunde auf die Praxis des Videospielens an sich beziehen lässt; Jesper Juul spricht in diesem Zusammenhang vom »Paradox of Failure« (1) und beschreibt den Widerspruch wie folgt:

[E]very day, hundreds of millions of people around the world play video games, and most of them will experience failure while playing. It is safe to say that humans have a fundamental desire to succeed and feel competent, but game players have chosen to engage in an activity in which they are almost certain to fail and feel incompetent, at least some of the time. (Juul 2).

Wenn allerdings, wie bei LPs, noch eine weitere Interaktionsebene in Form der Zuschauenden in dieses Paradox eintritt, wird es noch um eine zusätzliche ästhetische Ebene erweitert. Es ist insofern bezeichnend, dass Juuls Überlegungen auch die ästhetischen Annahmen Aristoteles' (4) und Schillers (22) beinhalten, die für meine eigenen Überlegungen im nächsten Abschnitt noch von Bedeutung sein werden.

Ebenfalls beliebt ist das Ausschöpfen des narrativen Potenzials der Computerspiele. Gerade im Bereich des RPGs (Role-Playing Game) tendieren viele LPer zur Kreation ausgefallener Spielcharaktere, deren Geschichte sie im Rahmen des Spiels erzählen – die Spielhandlung tritt hier in den Hintergrund zugunsten einer von den Spielenden selbst angelegten Handlung. Üblicherweise erfolgt dies in Erzählperspektive der dritten Person, die Kommentierenden beschreiben also Handlungen, Aussagen und Gedanken ihrer Figuren (zum Beispiel das LP zu *Oblivion* (2006) des YouTube-Nutzers veriax).

Seltener, aber ebenfalls beliebt sind Rollenspielversuche aus der Ich-Perspektive; hier schlüpfen die Spielenden in die Haut der von ihnen erschaffenen Figuren und geben mit ihrem Kommentar deren inneren Monolog und Aussagen wieder (zum Beispiel das LP zu *Morrowind* (2002) des *YouTube*-Nutzers LuckyLoremaster).

In den genannten Fällen narrativen Kommentierens besteht die Handlung der LPs nicht aus der Handlung des jeweiligen Spieles, sondern aus dem Spielen selbst. Einige Kommentierende gehen darüber hinaus, indem sie nicht nur eine Rollenspielebene hinzufügen, sondern den Spielinhalt und ihren eigenen Kommentar um eine kreative Ebene erweitern. So steht im Mittelpunkt sämtlicher LPs des *YouTube*-Nutzers mynameisnotlilly die von ihm erschaffene Figur Lilly Black. Nicht nur werden Lilly Black, ihr Hintergrund, Charakter und ihre Motivation im Verlauf mehrerer tausend Videos in großem Detail entwickelt, zusätzlich dazu unterbricht mynameisnotlilly regelmäßig reguläres Spielen und Spielkommentar mit komplett selbst gestalteten Videos, in denen er Geschichten über Lilly erzählt und die oft mit eigenen Zeichnungen versehen sind. Hier bewegt sich das LP in Hinsicht auf das Verhältnis von Rezeption und Gestaltung in Nähe der Fanfiction.

Eine weitere Methode der Kommentierenden, das Spiel- und Rezeptionsvergnügen über den Rahmen der Spiele hinauszubewegen, besteht in der Praxis, sich selbst durch das Auferlegen strengerer Regeln, als sie vom Spiel tatsächlich vorgegeben sind, einzuschränken. Besonders beliebt ist, das LP zu beenden, sobald die gespielte Figur im Spiel »stirbt«, obwohl das Spiel strukturell Neuversuche, das Laden alter Spielstände oder ein sogenanntes Respawnung erlauben würde. Diese Art von LP wird normalerweise mit Zusätzen wie »hardcore mode«, »iron man« oder »roguelike« markiert. Tatsächlich sind diese Spielmodi vereinzelt bereits als Option in Spielen selbst angelegt, bezeichnenderweise hat sich die Anzahl der Spiele, in denen dies der Fall ist, in den letzten Jahren noch erhöht.

Das Erweitern der ursprünglichen Grenzen der Spiele findet allerdings nicht nur im Spielstil statt, sondern auch im Bereich der technischen Möglichkeiten. Ein in den letzten Jahren ebenfalls immer prominenter werdendes Phänomen ist das Modding. Spieler verwenden selbst die Quellcodes der Spielsoftware, um den Spielinhalt zu

verändern oder zu erweitern, also beispielsweise neue Handlungsstränge einzufügen, neue Charaktere zu erschaffen oder das Spiel grafisch zu variieren. Die Modding-Szene selbst ist in Hinsicht auf Fanforschung ein Thema, das sorgfältige Untersuchungen rechtfertigen würde; an dieser Stelle sei lediglich erwähnt, dass diese Spielveränderungen und -erweiterungen im Rahmen von LPs höchst beliebt sind, teils, um die Individualisierung des Spielens zu verstärken, teils, um sich von anderen LPs abzugrenzen, größtenteils aber, um mehr Vergnügen beim wiederholten Spielen eines bekannten Spiels zu haben und zu vermitteln. Zu nennen wäre beispielsweise das LP des YouTube-Nutzers PlumpHelmetPunk des Spieles *Fallout: New Vegas* (2010), in dem das ursprüngliche Spiel vor dem Hintergrund der verschiedenen verwendeten Mods kaum noch zu erkennen ist.

Wie in den meisten Fanszenen ist auch im Bereich des LP eine gewisse Tendenz zur Gemeinschaftsbildung von zentraler Bedeutung. Diese Gemeinschaftsbildung findet sowohl auf der Ebene der LPer selbst als auch zwischen ihnen und ihren Zuschauern statt, und dies in einem höheren Maße als es sonst im Kontext von Online-Videoplattformen der Fall ist. Aufgrund der begrenzten internen Vernetzungsmöglichkeiten auf diesen Plattformen bestehen seit einiger Zeit mitgliedsreiche Websites und Online-Foren, auf denen die LPer sich austauschen. Als eine der wohl beliebtesten dieser Seiten kann die *Voltron Army* genannt werden, die mehrere tausend aktive Mitglieder zählt. Bezeichnenderweise handelt es sich beim Namensgeber der Plattform *Voltron*, um den Protagonisten einer japanischen Zeichentrickserie aus den 1980ern – ein großer Roboter, der aus mehreren kleinen Robotern besteht. Die Seite dient in erster Linie als Diskussionsplattform für LPer selbst. Die Themen beinhalten unter anderem technische Diskussion und Unterstützung in Hinsicht auf Soft- und Hardware, Computerspiele, den indirekten Aufnahmekontext (Nervosität etc.), den Umgang und die Interaktion mit Zuschauern, Rollenspielideen oder die Offenheit mit persönlichen Informationen. Die Plattform erfüllt für weniger bekannte LPer außerdem den Zweck der Selbstdarstellung und des Einwerbens neuer Zuschauer. Gleichzeitig planen die verschiedenen Mitglieder gemeinsame Projekte wie beispielsweise kooperative LPs mit zwei oder mehreren Kommentierenden oder Reihen-LPs. Ebenfalls finden Diskussionen in

Hinsicht auf Demografien statt, was den Zwecken einer Untersuchung wie dieser insofern entgegenkommt, weil sich aufgrund dessen demografische Aussagen über den LP-Bereich an sich tätigen lassen. Bei aller gebotenen Vorsicht scheint es demzufolge angebracht, einige tentative empirische Daten¹ vorzuschlagen:

In Hinsicht auf das Lebensalter bewegt sich der Großteil der LPer im Bereich von 15 bis 30 Jahren, mit geringfügigen Ausschlägen in Richtung jüngerer und älterer Kommentierender. Das Geschlechterverhältnis ist größtenteils ausgeglichen, mit einer geringen Tendenz zugunsten männlicher LPer. Die Unterhaltungsform ist weltweit verbreitet, wobei die aktivsten Regionen die USA, Großbritannien, Kanada, Deutschland sowie die skandinavischen und osteuropäischen Länder sind. Die Verbreitung der Zuschauerbasis, die die LPer anhand ihrer Kanaldaten sammeln, ist weitestgehend deckungsgleich damit. Unabhängig von der Nationalität der Kommentierenden sind die beliebtesten Sprachen, in denen Audiokommentar geboten wird, Englisch und Deutsch.

Wie bereits erwähnt, ist auch die gemeinschaftliche Interaktion zwischen LPern und ihrem Publikum bemerkenswert stark ausgeprägt. Während der überwältigende Großteil der *YouTube*-Videoproduzenten im Allgemeinen eher zurückhaltend in Hinsicht auf die direkte Kommunikation mit anderen Nutzern und Zuschauern ist (in Hinsicht auf Videokommentare und das Antworten darauf, private Nachrichten sowie Kanalkommentare), pflegen ausgesprochen viele LPer reges Gespräch mit ihrem Publikum. So antwortet der bereits erwähnte LPer mynameisnotlilly, dessen Kanal knappe 7.000 Abonnenten zählt und dessen Videos zum Teil mehrere zehntausend Zuschauer haben, auf beinahe jeden einzelnen Kommentar, der zu seinen Videos und auf seiner Kanalseite gepostet wird, seien es Fragen, Anmerkungen, Anekdoten oder Witze. Sehr üblich ist auch die Praxis, anhand regelmäßiger spezieller Updatevideos die Zuschauerbasis auf dem Laufenden zu halten, was geplante Projekte, Feedback und oft auch persönliche Entwicklungen betrifft. Oft hat hier das Publikum Gelegenheit, selbst zu Spiele für zukünftige LPs vorzuschlagen.

¹ Alle nachfolgend präsentierten Daten sind *Voltron Army*-Forendiskussionen entnommen – es handelt sich insofern mehr um vorsichtige Interpretationen der entsprechenden Selbstdarstellungen, denn um empirische Daten.

Bereits genannt wurde ebenfalls die beliebte Praxis, Livestreams zu veranstalten, die normalerweise von einer gleichzeitigen Chatfunktion begleitet werden. Diese Instanz von gleichzeitiger Kommunikation zwischen Produzierenden und Zuschauenden sowie zwischen den Letztgenannten untereinander weist, so viel sei am Rande erwähnt, auch interessante Parallelen zu der Kommunikationskultur im Bereich der Fanfiction auf.

Zuletzt sei noch eine sehr spezielle, meines Erachtens aber besonders bezeichnende Form der Zuschauerinteraktion genannt. Zwischen 2009 und 2011 veröffentlichte der bereits erwähnte LPer veriax ein aus 443 Videos bestehendes LP mit dem Titel *Let's Interactively Play Morrowind*. Während des Spielens und Kommentierens des Fantasy-Rollenspieles *Morrowind* folgte veriax größtenteils den Vorschlägen seines Publikums, wobei von Woche zu Woche die entsprechende Anweisung für die jeweilige Spielsession zufällig aus den Videokommentaren der vorherigen Session ausgewählt wurde. Dieses LP war, soweit sich feststellen lässt, das erste seiner Art in Hinsicht auf direkte Zuschauerinteraktion. Es hat seitdem einen gewissen Kultstatus in der LP-Gemeinde eingenommen und in den Jahren seit seiner Entstehung zahlreiche Nachahmende gefunden. In einer ohnehin bereits von verstärkter Gemeinschaftsbildung und Partizipation geprägten medialen Subkultur lässt sich ein Projekt wie dieses als signifikante Markierung eines Wechsels an der Schnittstelle von passivem Konsum und aktiver Teilnahme an Unterhaltung begreifen. Hector Postigo bemerkt dies im Kontext von *YouTube* auch am Beispiel von Bewegungen wie der *Electronic Frontier Foundation*:

The move creates important re-interpretations of participation in today's media world. It reconstructs ideas of what the user should be able to do and who the user is. Also, it recasts media use as participation in public life not just consumption. In this view of the user, participation in media production (via user-centered fair use) is a form of free speech that must use bits of copyrighted content to make its point. (*Capturing Fair Use* 1015).

Im Falle von LPs, wie auch im Falle der Nutzungskontexte im Rahmen sozialer Netzwerke generell, werden die Konsumierenden insofern mehr und mehr zu an der Produktion mitwirkenden Teilnehmenden.

Diese Verfahren und Praktiken sind medientheoretisch höchst interessant und ergiebig und sollen im Folgenden einer ersten Analyse unterzogen werden. Zuvor allerdings scheint es mir angebracht, einen letzten Aspekt des LP-Kontextes anzusprechen, dessen Relevanz für diese Analyse nicht zu unterschätzen ist. Es handelt sich hierbei um den Aspekt der kommerziellen Entwicklung und des Mehrwertes. Während LP ursprünglich eine Art der Freizeit- und Unterhaltungsgestaltung von und für Computerspielfans darstellte und dies auch größtenteils noch ist, nutzen viele der LPer die Möglichkeit, durch das Schalten von Werbespots vor, nach und während ihrer Videos Geld zu verdienen. Dies ist nur möglich und lohnend ab einer gewissen Abonnenten- und Zuschauerzahl und wird den Nutzern erst ab dieser Grenze von der Videoplattform angeboten. In Verbindung mit dem Umstand, dass das LPen sich in Hinsicht auf Copyrightgesetze und Konventionen wie der Fair-Use-Doktrin in einer rechtlichen Grauzone bewegt und insofern von den Spieleherstellern nur erlaubt/geduldet wird, solange sich der Inhalt auf nicht-kommerzieller Ebene bewegt, stellen geldverdienende LPer die Minderheit dar; es haben sich allerdings kommerzielle LP-Konglomerate wie *Machinima* und *The Game Station* gebildet – LPer, die Mitglieder dieser Konglomerate sind, kommen in den Nutzen der juristischen Unterstützung der Dachorganisationen, die wiederum erforderliche Copyrights und, damit verbunden, Werbemöglichkeiten für ihre Mitglieder sichern. Auch in diesem Fall dürften sich die entsprechenden Werbeeinnahmen auf einem überschaubaren Niveau bewegen. Besonders beliebte bzw. erfolgreiche LPer wie beispielsweise Toby Turner (*YouTube*-Kanäle *TobyTurner*, *tobuscus* und *TobyGames*) bewegen sich allerdings mittlerweile auf einer nicht zu vernachlässigenden kommerziellen Ebene und dürften in der Lage sein, lediglich auf Basis dieser Werbeeinnahmen ihren Lebensunterhalt zu bestreiten.

Im Folgenden werde ich diesem kommerziellen Aspekt des LP verstärkte Aufmerksamkeit widmen, da ich der Ansicht bin, dass er in Hinsicht auf eine materialistisch-dialektische Ästhetik (Adorno 12) dieses Fankontextes von zentraler Bedeutung ist. Hier sei genug damit gesagt, dass die Spaltung zwischen kommerziellen und nicht-kommerziellen LPs zu hitzigen Auseinandersetzungen sowohl in der LP-Szene selbst als auch in der Zuschauerbasis führt. Denn, und

auch dies ist von zentraler medien- und kulturtheoretischer Bedeutung, das LP-Phänomen ist in Hinsicht auf die Fanforschung nicht nur deswegen von Interesse, weil es seine Entstehung und Blüte im Bereich des enthusiastischen Computerspielfandoms gefunden hat; vielmehr und darüber hinaus hat sich das Phänomen mittlerweile an einen Punkt entwickelt, an dem die entsprechenden LPer sich selbst einer Fanbasis rühmen können.

Freies ästhetisches Spiel?

Angesichts der oben besprochenen zentralen Aspekte und Eigenschaften der LP-Szene lässt sich aus ästhetisch-ökonomischer Perspektive eine Trias konstitutiver Funktionen aufspannen, die die Unterhaltungsform, die Szene und das entsprechende Fandom umfassen und determinieren. Es handelt sich hierbei um die Ebene der Produktion, der Gemeinschaft und des Mehrwerts.

Die Ebene der Produktion meint die Spielwahl, Kommentare und – oft genug – den kreativen Einfluss der jeweiligen LPer in Hinsicht auf technische Modifikation, Interaktionsformen und Rollenspiel, um nur einige Beispiele zu nennen.

Die Ebene der Gemeinschaft (im Sinne der Online-Community) meint die Selbstorganisation der LPer untereinander, die Interaktion mit den Zuschauern, deren Einfluss auf die Produktion etc. beispielsweise bezeichnet Coppa das Vidding als »a form of grassroots filmmaking.« Auf der Ebene der Gemeinschaft ist auch der Umstand anzuesiedeln, dass die Zuschauer im Optimalfall den Spielgenuss der Spielenden teilen; so stellen Cheung und Huang fest, dass ein »spectator can be just as immersed in the reality of the game as players who have a direct hand in the final outcome of the game« (Cheung, Huang 2). Ähnlich bemerken Drucker et al:

Although spectators aren't actually playing the game, they do not necessarily need to be passive. In addition to the abilities to pause or instantly replay the action, they have the opportunity to kibitz or chat amongst each other, or as appropriate, to the players themselves. (Drucker et al).

Die Ebene des Mehrwerts meint die Möglichkeit seitens der Produzenten, Videoplattformen, Werbekunden und LP-Konglomerate, mit der Unterhaltungsform LP mehr oder weniger substanzielle finanzielle Einnahmen zu verbinden. Hier ist es wichtig zu erwähnen, dass die tatsächliche Umsetzung dieser Möglichkeit zweitrangig ist. Allein der Umstand, dass das Generieren von Mehrwert *möglich* ist, erfüllt eine konstitutive Funktion im ästhetischen Kontext der LPs – ein Umstand, der ebenfalls von Coppa mit konkretem Blick auf den kommerziellen Einfluss *YouTubes* auf fangenerierte Videos betont wird: »YouTube isn't a creative force; it's a distribution mechanism, and although it and other media platforms are enabling many subcultural art forms to be visible for the first time, the coherence of vidding as a tradition might be lost in a sea of user-generated content.« Auch Henry Jenkins bemerkt diesen Zusammenhang:

It is the nature of YouTube that the work which appears there could come from almost anywhere and that it is often consumed outside of its originating content: YouTube is the place right now where work travels from one grassroots community or subculture to another. There are real advantages to such a site since it results in cross-influences and more innovation, experimentation, and diversity, yet there are also losses to this process of decoupling amateur media from its original contexts of production and consumption. (*How to Watch a Fan-Vid*).

In Hinsicht auf diese drei Kernfunktionen besteht kein grundsätzlicher Unterschied zwischen LPs und anderen modernen Unterhaltungsformen. Tatsächlich gelangt Postigo in einem völlig anderen theoretischen Kontext zu einer verblüffend ähnlichen Trias in Hinsicht auf die sozioökonomische Struktur des Web 2.0 im Allgemeinen. Dieses begreift er »(1) as a set of social relations, (2) as a mode of production and (3) as a set of values« (*Questioning the Web 2.0 Discourse* 181). Was im LP-Kontext allerdings besonders interessant ist, ist der Umstand, dass die relative Neuheit und Überschaubarkeit des Phänomens eine Analyse in Hinsicht auf die ästhetische Ebene der Szene besonders anschaulich gestalten.

Das Funktionsfeld aus Produktion, Gemeinschaft und Mehrwert entspricht dem, was Jacques Rancière als Knotenpunkt des modernen ästhetischen Regimes verortet: mithin ein »Bruch des Einklangs zwischen den Regeln der Kunst und den Gesetzen der Sinnlichkeit, der

die klassische Ordnung der Repräsentation markierte« (20). Dieser Bruch zeichnet sich in erster Linie dadurch aus, dass die aristotelische *aisthesis* als Vollständigkeit von Produktion (*poiesis*) und Rezeption (*mimesis*) mit Beginn der Moderne nicht mehr hinreichend ästhetische Vollständigkeit repräsentiert (Rancière 16).

Diese Bruchstelle wird in der obigen Trias durch das markiert, was ich den Aspekt des Mehrwertes genannt habe. Bei Vernachlässigung dieses Aspektes lässt sich das LP-Phänomen guten Gewissens als eine Art ästhetischer Garten Eden betrachten; seitens der *poiesis* zeichnet sich dieser Garten durch den Anspruch auf die Erweiterung bestehender Formen und Normen aus – erwähnt wurden Modding, die Variation bestehender Regelsätze, kreatives Rollenspiel etc. Des Weiteren handelt es sich beim LP als Praxis um die Integration eines externen Unterhaltungspotenzials in eine ohnehin vorhandene Tätigkeit, denn bei den LPern handelt es sich um Computerspielfans, für die das Spielen bereits einen prominenten Stellenwert einnimmt. Das Aufnehmen, Kommentieren und Nachbearbeiten stellt insofern einen vernachlässigbaren Mehraufwand dar. Tatsächlich nimmt hier die vermeintlich unschuldige Naivität des Fandoms in Hinsicht auf Computerspiele in Verbindung mit einem darüber hinausgehenden Unterhaltungsanspruch als Spiel mit dem Spiel Form an – und wird somit buchstäblich zum freien ästhetischen Spiel, wie dieses von Friedrich Schiller beschrieben wird (55f). In vollendeter Form hebt dieses freie Spiel Grenzen auf: einerseits den »Gegensatz[] zwischen Form und Materie« (Rancière 21), wenn das rezipierte Produkt in Form des Spieles selbst im gleichen Atemzug zum zu rezipierenden Inhalt wird; andererseits den Gegensatz »zwischen Aktivität und Passivität« (Rancière 21), wenn das bloße Konsumieren des Produktes in interaktive Unterhaltung transformiert wird. Letztlich aber wird die Grenze zwischen Nicht-Kunst und Kunst überschritten und aufgehoben. Denn die LP-Praxis lässt das Computerspiel – unabhängig von ursprünglichem Wert und ursprünglicher Form – klare künstlerische Züge annehmen. Wie Adorno bemerkt, entwickelt sich der künstlerische Status erst durch Entwicklung und Praxis. Das Objekt »verwandelt sich durch die Geschichte in Kunst, die es nicht gewesen ist« (Adorno 12). Der formende, kreative Einfluss nicht weniger LPer bewirkt eben das. Hier wird ein künstlerisches Versprechen eingelöst,

das ursprünglich von Schiller gegeben wurde: »die Kunst trägt für Schiller das Versprechen in dem Maß, wie sie das Resultat von etwas ist, das für diejenigen, die es gemacht haben, nicht Kunst war« (Rancière 23–24).

Zur Einlösung dieses Versprechens kommt es im Moment der Rezeption der LPs durch das Publikum – hier suspendiert

[...] die ästhetische Erfahrung [...] die Befehlsgewalt der Form über die Materie, des aktiven Verständnisses über die passive Sinnlichkeit. Die ästhetische »Dissensualität ist also nicht einfach die Spaltung der alten »Natur«. Sie ist ebenso die Abschaffung der »Menschheit, die sie implizierte: eine Menschheit, die durch die Unterscheidung zwischen Menschen mit groben und Menschen mit feinen Sinnen, zwischen Menschen mit einer aktiven Intelligenz und Menschen mit einer passiven Sinnlichkeit strukturiert war. (Rancière 20–21).

Die Entstehung einer freiwillig geschaffenen und ohne wirtschaftliche Gegenleistung rezipierten Unterhaltungsform wie dem LP resultiert – zumindest *in potentia* – in einer

[...] neue[n] Freiheit und eine[r] neue[n] Gleichheit [...]: eine Freiheit und eine Gleichheit, die nicht mehr abstrakt, sondern sinnlich sind. Die ästhetische Erfahrung ist die eines neuen Sensoriums, in dem die Hierarchien, die die sinnliche Erfahrung strukturieren, abgeschafft sind. Deswegen trägt sie in sich das Versprechen einer »neuen Lebenskunst der Individuen und der Gemeinschaft, das Versprechen einer neuen Menschheit. (Rancière 21–22).

Dieses Versprechen des freien ästhetischen Spieles sowie einer Freiheit und Gleichheit im Auge des Sturms kommerzieller Unterhaltung und politischer Agenda erklärt zu einem großen Teil die rapide steigende Beliebtheit von LPs sowohl seitens der Produzierenden als auch der Rezipierenden. Es erklärt auch, wieso im LP-Kontext verstärkt Versuche unternommen werden, traditionelles Fernsehen mit LP-Programmen zu ersetzen. Als Beispiel für diese Entwicklung mag das Projekt *VAtv* der *Voltron Army* fungieren, das den Zweck erfüllen soll, LP-Livestreams einzelner Forenmitglieder in einem Programm zu strukturieren, das im Idealfall 24 Stunden am Tag LPs zeigt.

Die Unterhaltungsform des LP sucht Relevanz in erster Linie auf Basis von Interaktion zu entwickeln, ebenso wie die Praxis des Computerspielens an sich, wie Evan Jones betont:

The meaning(s) of video games are constructed and they are collaborative. They are *made* by social interactions of various kinds rather than *found* in the software and hardware objects themselves. (Jones 3).

Und gerade dadurch, dass LPs in so hohem Maße auf die Interaktion von Erstellenden und Publikum als Konstituens zurückgreift, gewinnt sie auch an künstlerischem Potenzial. Hier lässt sich eine Verbindung zu Alain Badiou's generischer Prozedur der Kunst herstellen: Diese Prozedur generiert Situationen, »die von individuellem Charakter sind, in denen aber Übertragungen und Auswirkungen auch das Kollektiv betreffen – *interessieren*« (382–383). Die deutliche Parallele zum genuinen künstlerischen Ereignis Badiou's ist hier das Interesse – nicht lediglich in Form passiver Rezeption, sondern in Form kognitiver, aber oft auch praktischer Partizipation (wie beispielsweise im Falle von Videokommentaren, die wiederum eine entsprechende Reaktion der LPer zur Folge haben).

Coppa beschreibt eindrucksvoll den Effekt dieses kollektiven praktischen Interesses in Hinsicht auf subalterne Perspektiven beim Vidding allgemein, was sich ohne strukturellen Unterschied auf die konkrete Praxis des LP übertragen lässt:

Vidding is a form of collaborative critical thinking. While vidders make an infinite variety of arguments about the television shows and films they love – theorizing about characters, fleshing out relationships, emphasizing homoeroticism, picking apart nuances of plot and theme – these arguments frequently articulate alternative perspectives, particularly in terms of gender and sexuality. (Coppa).

Ebenso erklärt das Versprechen des freien Spieles aber auch die Spannung, die dieses scheinbar harmonische Feld durch das Entstehen kommerzieller LPs erfährt. Denn wenn die LP-Szene ein ästhetischer Garten Eden ist, handelt es sich bei den Verdienstmöglichkeiten und der Vermarktbarkeit der LPs um den Sündenfall.

Werfen wir einen Blick zurück auf die Trias von Produktion, Gemeinschaft und Mehrwert. Diese beschreibt kein ästhetisches Regime, in dem die Versprechen von Kunst, Freiheit und Gleichheit eingelöst sind, sondern eines, das mit dem Einbruch einer kommerziellen Ebene zu kämpfen hat. Die radikale strukturelle Änderung, die das Regime hierdurch erfährt, ist nicht schlicht einem korrumpierenden Einfluss des Geldes geschuldet. Dieser Einfluss ist an sich wert-

frei – tatsächlich hat er in Bereichen jenseits der direkten Verdienstmöglichkeiten sehr positive Auswirkungen auf die LP-Praxis. Die Gemeinschaftsbildung im Spielefandombereich hat beispielsweise stark dazu beigetragen, dass mittlerweile viele unabhängige Spielehersteller in der Lage sind, ihre Projekte über sogenanntes Crowdfunding in Form von *Kickstarter*-Kampagnen zu finanzieren, beispielsweise im Falle des – nicht zuletzt in der LP-Szene – sehr beliebten Spieles *FTL: Faster Than Light* (2012). Im Zusammenhang mit dem, was er als »participatory culture« bezeichnet, betont auch Jenkins den fundamentalen ökonomischen Paradigmenwechsel, den diese Form von fanbasierter gemeinschaftlicher Produktion bedeutet:

Focusing on participatory culture as a concept allows us to acknowledge the complex interactions between fans and producers, especially as media industries have had to embrace more participatory strategies in order to court and maintain relationships with their fans at a time when a logic of »engagement« shapes many of their policies and promotions. (*Textual Poachers*).

Des Weiteren akzeptieren viele nicht-kommerzielle LPer Spenden ihrer Zuschauerbasis, um diese beispielsweise in den Ausbau ihrer Soft- und Hardware zu investieren, wie zum Beispiel PlumpHelmet-Punk. Nicht zuletzt steigt die Beliebtheit von gemeinnützigen Projekten, wie beispielsweise 24 Stunden langen Marathonlivestreams, in denen Werbung geschaltet wird, deren Einnahmen wiederum gemeinnützigen Zwecken zugeführt werden.

Schlicht gesagt ist Geld an sich also nicht das Problem. Es ist, dialektisch-ästhetisch gesprochen, vielmehr die strukturelle Erweiterung einer vorher vollständigen ästhetischen Struktur (bestehend aus *poiesis* und *mimesis* im Sinne von Produktion und Gemeinschaft) um ein weiteres, in diese Struktur nicht auflösbares Element, das den ursprünglichen ästhetischen Versprechen im Wege steht. Insofern beschreibt auch Postigo den Einbruch des Mehrwertes im Web 2.0 als potenziellen Störfaktor:

The values of Web 2.0, especially within those architectures that easily facilitate the commoditization of the users and activities therein, are very much market values. Given this set of normative and functional values and their ability to coexist with other »values«, within the same system of information production, one must ask what happens in practice when

the various normative and functional values of a system come into contact with each other. (*Questioning the Web 2.0 Discourse* 186).

Praktisch betrachtet bedeutet diese Erweiterung, dass den im Grunde harmonischen Dynamiken und Praktiken des LP solche hinzugefügt werden, die diese Ebene des Mehrwerts befrieden. Hierbei handelt es sich etwa darum, dass kommerzielle LPer verstärkt Eigenwerbung machen und aggressiv um Abonnements werben. Das Freiheitsversprechen, in dessen Kontext diese Praxis bei nicht-kommerziellen LPern verpönt ist, weicht hier dem Umstand, dass die Ausschüttung der Werbeeinnahmen unter anderem von Abonnentenzahlen abhängt. Die Realisierung der Verdienstmöglichkeiten erfordert ebenfalls juristische Unterstützung in Copyrightfragen, wodurch die entsprechenden LPer wiederum in die Teilnahme an Konglomeraten wie der *Game Station* oder *Machinima* gezwungen werden, was wiederum dazu führt, dass entsprechende Kooperationen nunmehr in diesem Rahmen stattfinden und nicht mehr in einem, der von den LPern komplett selbst gewählt ist. Und schließlich wird das Freiheitsversprechen auch in Hinsicht auf das Publikum gebrochen, das nun – zumindest in Hinsicht auf Werbespots – nicht mehr die völlige Kontrolle über das von ihnen Rezipierte hat.

Der strukturelle Einfluss des Mehrwertes markiert den direkten ökonomisch-politischen Einfluss der Gesellschaft, den die ästhetische Erfahrung, wie sie von Schiller, Adorno und Rancière beschrieben wird, von sich weist. Das Versprechen eines Neuen wird hier zur Affirmation des Alten. Nun tendiert jede Form von Kunst, Adorno folgend, immer zu Affirmation, da sie schlechterdings notwendigerweise ein Produkt eben der gesellschaftlichen Umstände ist, zu denen sie sich in Opposition setzt (10). Im Optimalfall transzendiert die ästhetisch erfahrene Kunst diese Tendenz allerdings schlicht dadurch, dass sie sich dem direkten Kommentar, also der direkten Bindung an die Gesellschaft entzieht. Indem, so Adorno, die »Kunstwerke als fensterlose Monaden das »vorstellen«, was sie nicht selbst sind« (15). Schiller formuliert es sehr eindrucksvoll, wenn er dem Künstler das nahe legt, was nicht-kommerzielle LPer praktizieren:

[E]r aber strebe, aus dem Bunde des Möglichen mit dem Notwendigen das Ideal zu erzeugen. Dieses präge er aus in Täuschung und Wahrheit, präge es in die Spiele seiner Einbildungskraft und in den Ernst seiner Ta-

ten, präge es aus in allen sinnlichen und geistigen Formen und werfe es schweigend in die unendliche Zeit. (Schiller 33).

Der ›Ernst der Taten‹, das ist die leidenschaftliche und vehemente Weigerung gegenüber monetärer Kompensation. Nur in diesem Rahmen sind die ›Spiele der Einbildungskraft‹ tatsächlich das – freies ästhetisches Spiel. Schweigend ist in diesem Fall das LP in die anonyme Weite des Internets geworfen.

Ausblick: Spielen, aber mit wem?

Hier wurde lediglich ein knapper Ansatz zur ästhetischen Analyse des LP versucht. Außen vor bleiben Fragen nach der medialen Struktur dieses speziellen Rezeptionszusammenhangs – der Raum erlaubt keine Antworten, aber eine kurze Skizze möglicher Fragen scheint dennoch angebracht.

Wie bereits Coppa und Postigo ansprechen, und wie ich selbst erwähnt habe, stellt die Kommerzialisierung von Online-Videos – darunter eben auch zu großen Teilen selbst produziertes Material wie LPs – einen entscheidenden Störfaktor im ästhetischen Kontext der Unterhaltungsform dar. Diese Kommerzialisierung geht allerdings gleichzeitig mit verschiedenen internationalen und nationalen Urheberrechtsproblemen einher: Einzelne Spielehersteller oder Institutionen wie die deutsche GEMA erreichen wieder und wieder das Blockieren einzelner Videos aufgrund von Urheberrechtsverletzungen, während andere Spielehersteller sich dazu entschließen, hierauf zu verzichten – möglicherweise aufgrund der Annahme, dass LPs im Grunde unentgeltliche Werbung für ihre Produkte darstellen. So oder so offenbart sich im Komplex von kommerzieller Nutzung, Werbung und Urheberrechtsregelungen im Onlinebereich ein wichtiges kultur- und medientheoretisches Untersuchungsfeld.

Ebenfalls bemerkenswert ist, wie im Bereich des LP narrative Interaktion selbst wieder eine weitere Ebene narrativer Interaktion generiert. Man betrachte Computerspiele als Erzählszusammenhänge, die erst in direkter Interaktion mit dem Rezipienten – also dem Spieler – als vollendeter narrativer Kontext zu betrachten sind. Hier ist

die Rezeptionssituation ein kybernetischer Zirkel: Spieler und Spiel lassen sich als distinkte *black boxes* betrachten, deren jeweilige *outputs* und *inputs* für die andere Seite respektive zu *input* bzw. *output* werden (Glanville 99f). Konkret bedeutet dies, dass Rezeptionswirkung des Spiels (dessen *output*) und die kognitiven Prozesse des Spielers beim Spielen (dessen *input*) gleichzeitig Effekte des Spieleinflusses und seiner eigenen Prädispositionen sind, während die Aktionen des Spielers (dessen *output*) eben auf dieser Basis die weitere Entwicklung des Geschehens im Spiel (dessen *input*) mitgestalten. Der Spieler erhält vom Spiel Information, aufgrund derer er Einfluss auf das Spiel nimmt, welches wiederum aufgrund *dieser* Information dem Spieler neue Information gibt, und so fort *ad infinitum*. Wenn der Spieler diese rezeptive Situation nun aufnimmt, kommentiert und Zuschauern zur Ansicht zur Verfügung stellt, so rutscht das Verhältnis Spieler/Spiel als neue distinkte *black box* gewissermaßen in die Position, die das Spiel zuvor eingenommen hat, und wird um die interaktive Ebene des aktiven LP-Sehers, der kommentiert und Einfluss nimmt, erweitert. Die LPer werden für den Zuschauer zum deiktischen Zentrum in Hinsicht auf das Spiel, zur »Augenblicksmarke« (Bühler 102) in Hinsicht auf die »Ortsmarke« (Bühler 102), die im Video gezeigt wird. Beim Spielen selbst wird der Spieler notwendigerweise zum Zentrum des Spieles. Dieses Zentrum bleibt beim LP bestehen, wird gleichzeitig allerdings mit dem Zuschauer geteilt. Es entsteht gewissermaßen eine polyzentrale Situation, die die Unterhaltungsform in narratologischer und rezeptionstheoretischer Sicht zu einem in höchstem Maße spannenden Szenario macht. Marie-Laure Ryan spricht in solchen Fällen von »recentering« (13f) – ein Begriff, der mir in Hinsicht auf die deiktische Situation des LP höchst produktiv erscheint.

Kann es in dieser Hinsicht verwundern, dass das Computerspielfandom mit solcher Begeisterung der unorthodoxen Unterhaltungsform des LP folgt? Es handelt sich dabei schließlich nicht lediglich um das Betrachten von Produkten während der Nutzung oder um die Unterhaltung, die durch interessantes Kommentieren entsteht, nicht einmal nur um das Teilen einer gemeinsamen Leidenschaft; das LP generiert im gemeinschaftlichen Fandom vielmehr eine zweite Ebene des Spielens, ein Spielen mit dem Spiel und den Spielenden,

das strukturell dem ursprünglichen Spielen gleicht, dieses aber nicht ersetzt, sondern sich ihm hinzufügt. Mit anderen Worten: Wenn es Fans von Computerspielen gibt, so gibt es auch notwendigerweise Fans einer Praxis, die einlädt »Lass' uns spielen«

Literatur

- Adorno, Theodor W. *Ästhetische Theorie*. Frankfurt: Suhrkamp, 2003.
- Badiou, Alain. *Das Sein und das Ereignis*. Berlin: Diaphanes, 2005.
- Bühler, Karl. *Sprachtheorie*. Stuttgart/New York: Gustav Fischer Verlag, 1982.
- Cheung, Gifford und Jeff Huang. Starcraft from the Stands: Understanding the Game Spectator. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 763–772. New York: ACM, 2011.
- Coppa, Francesca. Women, *Star Trek* and the Early Development of Fannish Vidding. *Transformative Works and Cultures* 1 (2008).
- Crawford, Garry. *Video Gamers*. New York: Routledge, 2011.
- Drucker, Steven M. et al. Spectator Games: A New Entertainment Modality for Networked Multiplayer Games. *Microsoft Research*, 2003. <http://research.microsoft.com/pubs/80405/spectator.pdf> (17. Feb. 2014).
- Glanville, Ranulph. *Objekte*. Berlin: Merve, 1988.
- Hollow, Matthew. Crowdfunding in Europe: A Profitable Partnership? *Open Citizenship* 4.1 (2013): 68–73.
- Jenkins, Henry. How to Watch a Fan-Vid, 18. Sep. 2006. http://henryjenkins.org/2006/09/how_to_watch_a_fanvid.html (17. Feb. 2014).
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 2013.
- Jones, Steven E. *The Meaning of Video Games: Gaming and Textual Strategies*. New York: Routledge, 2008.
- Juul, Jesper. *The Art of Failure: An Essay on the Pain of Playing Video Games*. Cambridge: MIT Press, 2013.
- Postigo, Hector. Capturing Fair Use for the YouTube Generation: The Digital Rights Movement, the Electronic Frontier Foundation and the User-Centered Framing of Fair Use. *Information, Communication & Society* 11.7 (2008): 1008–1027.
- Postigo, Hector. Questioning the Web 2.0 Discourse: Social Roles, Production, Values, and the Case of the Human Rights Portal. *The Information Society* 27 (2011): 181–193.
- Rancière, Jacques. *Ist Kunst widerständig?* Berlin: Merve, 2008.

- Ryan, Marie-Laure. *Possible Worlds, Artificial Intelligence and Narrative Theory*.
Bloomington: Indiana University Press, 1991.
- Schiller, Friedrich. *Über die ästhetische Erziehung des Menschen*. Stuttgart: Verlag
freies Geistesleben, 1989.

»Boah Gandalf, man kann es aber echt übertreiben!« *Lord of the Weed* oder die digitale Spaßguerilla im Spannungsfeld von Fanfilm und Parodie

Janwillem Dubil

Es ist einer der wenigen Momente, in denen der weise Zauberer Gandalf die Contenance verliert. Frustriert von den Ausflüchten seines alten Freundes Bilbo Beutlin, der sich weigert, ihm den Ring der Macht auszuhändigen, bricht es aus ihm hervor: »Halt's Maul, du Hurensohn! Ein Sturm von Kopfnüssen wird auf dich niederhageln und meine stählerne Faust wird dich in tausend Stücke zerreißen« (*LotW*).

Selbst eingefleischte Anhänger des Films *The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring* (US/NZ 2001) (nachfolgend abgekürzt als *Fellowship*), die jede Dialogzeile im Schlaf mitsprechen können, dürfte diese vulgäre Tirade überraschen und schockieren. Dennoch sieht alles aus wie sie es gewohnt sind, von den Figuren über die Inneneinrichtung in Bilbos Heim bis hin zur Beleuchtung. Zu verdanken hat man den wüst fluchenden Gandalf dem Kollektiv *Bloodpack Entertainment*, das im Dezember 2003 Szenen aus Peter Jacksons Film neu synchronisierte und den zwanzigminütigen Clip unter dem Titel *Lord of the Weed – Sinnlos in Mittelerde*¹ (nachfolgend abgekürzt als *LotW*) auf

¹ Wenn nachfolgend von *LotW* die Rede ist, meint dies den Clip *Lord of the Weed – Sinnlos in Mittelerde – Part 1*. Über die Webpräsenz der »Produktionsfirma« erschien außerdem die sechsminütige Fortsetzung *Lord of the Weed – Sinnlos in Mittelerde – Part 2 Prerelease* sowie ein dreiminütiger Trailer für einen weiteren, möglicherweise nie fertiggestellten Nachfolger. Da die Popularität der Clips dazu führte, dass *LotW* selbst zahlreiche Fanarbeiten initiierte, entstand ein unübersichtlicher, ständig wachsender Korpus, aus dem sich weitere »offizielle« Produktionen nicht zuverlässig extrahieren lassen.

ihrer Homepage sowie diversen Internetvideoplattformen veröffentlichte und den Figuren darin eine nicht enden wollende Flut von Obszönitäten in den Mund legte. War das noch Fanfilm? Und wenn nicht: Was war das eigentlich?

Ziel des vorliegenden Artikels ist es, eine terminologische Einordnung des Clips vorzunehmen und zu diskutieren, inwiefern eine solche Bearbeitung noch unter dem Begriff des Fanfilms subsumiert werden kann und in welchen Gesichtspunkten jener über diesen hinausgeht. Gleichzeitig soll *LotW* als Höhepunkt einer Entwicklung deutschsprachiger Synchronisationen begriffen werden, weshalb auch andere vergleichbare Arbeiten, etwa die *Sinnlos im Weltraum*-Reihe thematisiert werden sollen.

Zu Forschungsstand und terminologischen Aspekten

Bislang existieren keine wissenschaftlichen Abhandlungen über *LotW*, und auch der angewandte Vorgang der Neusynchronisation an sich ist bisher lediglich im Ansatz untersucht worden, weshalb es im wissenschaftlichen Diskurs an einer etablierten Terminologie fehlt. Als nichtkommerzielle Produktion ist der Clip dem Amateurfilm zuzurechnen (Dehnert, Schenke 21), dessen Subgenre des Fanfilms aufgrund seiner Variation einer populären, bestehenden Erzählung nahesteht. Dass der Clip das gegebene Material aufgreift und mit »unpassenden, mehr oder weniger verschrobenen Inhalten« (Marshall 508) kombiniert, sind zudem Kennzeichen der Parodie.

Wie genau sich *LotW* zwischen diesen Polen positioniert, soll im Folgenden erörtert werden, doch bevor dieser Schritt vollzogen werden kann, ist es ratsam, die Begrifflichkeiten zu spezifizieren, die zu seiner Beschreibung im weltweiten Netz kursieren. Es empfiehlt sich dabei, mit dem bereits erwähnten Fanfilm zu beginnen, der sich durch seine privat organisierte und unautorisierte Bearbeitung eines Stoffes aus Film, Fernsehen und Literatur auszeichnet. Dabei wird sowohl Bild- als auch Tonmaterial vollständig neu produziert, der Rückgriff auf die Vorlage erfolgt in unterschiedlicher Intensität einzig

in inhaltlichen Aspekten. Die jeweiligen Produktionen lassen sich terminologisch binnendifferenzieren in Adaptionen, die einen Stoff aus einer anderen Kunstform wie Literatur, Comic oder Videospiel filmisch umsetzen (*Batman: Dead End*, US 2001, Regie: Sandy Collova); Remakes, die einen bereits vorhandenen Film frei oder werkgetreu nacherzählen (*Riders of the Lost Ark: The Adaptation*, US 1989, Regie: Eric Zal) und Sequels bzw. Spin-offs, die filmisch erschlossene Geschichten fortsetzen oder einzelne Figuren und Handlungsstränge ausbauen, um eigene Episoden zu kreieren, die sich in dem vorhandenen Kosmos eines Textes positionieren und ihn ergänzen (*Star Wars: Troops*, US 1997, Regie: Kevin Rubio).

Von diesen Produktionen abzugrenzen sind Fanarbeiten, die auf vorhandenes Bildmaterial zurückgreifen und dieses ergänzen, modifizieren oder neu arrangieren, weshalb es sich empfiehlt, in diesem Fall von Fanmontagen zu sprechen. Unter diesen Oberbegriff fallen beispielsweise Fanedits, die bestehendes Material neu zusammenschneiden (*The Matrix DeZIONized*, 2005) oder das sogenannte Fansubbing, das nichtkommerzielle Herstellen von Untertitelspuren, das sich in der Regel durch den Versuch auszeichnet, die Dialoge der Vorlage möglichst adäquat in die Zielsprache zu übertragen. Diese Vorgehensweise dient vornehmlich dazu, fremdsprachige Filme, die über keinen internationalen Verleih verfügen oder erst mit Verspätung für den ausländischen Markt ausgewertet werden, einem für gewöhnlich überschaubaren, aber enthusiastischen Publikum zugänglich zu machen, das selbst nicht über die zum Konsum notwendigen Sprachkenntnisse verfügt (besonders populär sind diesbezüglich japanische Zeichentrickfilme und -serien, etwa *Sailor Moon/Bishojo Senshi Sera Mun*, JP 1992).

Als Steigerungsform dieses Untertitels ist das Fandubbing zu verstehen, bei dem die Anhängerschaft gleich komplette Synchronfassungen erstellt. Die begriffsbildende Institution *Wikipedia* schlägt diesbezüglich eine Binnendifferenzierung vor, die zwischen ernsthaften Vertonungen, die wie das Subbing sinngemäße Übertragungen der Vorlagen in eine andere Sprache beabsichtigen (*Dragon Ball Z – The Movie/Doragon Boru Z Moetsukiro – Nessen ressen Cho-Gegiken*, JP 1993, Regie: Minoru Okazuki) und sogenannten Fundubs (von englisch »fun« – »Spaß« und »dub« – »Synchronisation«) unterscheidet,

die primär parodistisch ausgerichtet sind – eine Trennung, die durchaus schlüssig erscheint, wie sich anhand der folgenden Beispiele noch zeigen wird.

Bereits die orthografische Nähe zwischen Fan- und Fundubbing deutet darauf hin, dass eine solche Differenzierung in der Regel nicht präzise vorgenommen werden kann und Übergänge zwischen beiden Varianten durchaus fließend sind. So stellt sich etwa die Frage nach der Einordnung von Synchronisationen, die eine existierende hochdeutsche Vorlage in Dialekt übertragen, beispielsweise im Fall des Zeichentrickfilms *Astérix et Cléopâtre* (FR/BE 1968, Regie: René Goscinny, Albert Uderzo), von dem im Internet auch eine hessische Version kursiert. Schließlich bedeutet, wie sich am Beispiel noch zeigen wird, bereits eine wortwörtliche Transformation in Mundart, da diese stets mit den Charakteristika ihrer geografischen Verortung konnotiert ist, eine Umdeutung, nicht selten im Sinne einer Ironisierung des Ausgangsmaterials.

An diesem Umstand lässt sich bereits die außerordentliche Bedeutung erkennen, die dem gesprochenen Wort beim Dubbing zukommt: Der Ton wird dem Bild gegenüber aufgewertet, da erst durch seine Variation ein deutlich von der Vorlage abgrenzbarer neuer Text entsteht. Wird die akustische Komponente zur primär gestaltenden, treten sprachliche Spezifika besonders hervor und verdienen in der Analyse folglich erhöhte Aufmerksamkeit. Zwar kann die Fundub auch auf der Bildebene in ihre Vorlagen eingreifen, etwa indem Szenen neu geschnitten und montiert werden, doch geschieht dies in der Regel nicht zum Selbstzweck, sondern um die sprachliche Bearbeitung zu unterstützen.

Auffällig ist dabei, dass Fundubbing ein primär deutsches Phänomen darstellt, die Anzahl fremdsprachiger Clips ist ebenso gering wie ihre Verbreitung. Ein solcher Umstand ist überaus ungewöhnlich, da erfolgreiche Konzepte für Internetvideos sich in der Regel global etablieren und Sprachbarrieren mühelos überwinden. Ein Grund dafür mag sein, dass sich diese Form der Bearbeitung aufgrund der Urheberrechtsverletzungen, die sie begeht, nicht kommerziell vereinnahmen lässt, wodurch allerdings nicht erklärbar ist, warum sich diese Form gerade in Deutschland mit seiner rigiden Gesetzeslage so deutlich ausgeprägt hat. Es stellt sich folglich die Frage danach, ob das

Dubbing auf eine nationale Tradition aufbaut, die bis in eine Zeit vor dem Internet zurückreicht.

So veröffentlichten etwa Erhard Kortman und Fritz Wolf mit *Bon(n)bons – Prominenten in den Mund geschoben* bereits 1965 eine Sammlung von Bildsequenzen, die zuvor in dem Magazin *Stern* erschienen waren, in denen sie die Fotos von bekannten Persönlichkeiten, vornehmlich Politiker, mit absurd-komischen Sprech- und Gedankenblasen versahen. Diesen Ansatz weiterführend entwickelte die Fernsehshow *Das aktuelle Sportstudio* 1969 einen ersten Beitrag zur Fundub, indem sie kurze Interviews mit Fußballspielern und -trainern ausstrahlte, denen per Nachsynchronisation neue Antworten in den Mund gelegt wurden. Als Pionier dieser Technik, die von anderen Programmen in der Folgezeit beständig aufgegriffen wurde, gilt der Synchronsprecher, -autor und -regisseur Rainer Brandt, der auch mit seinen Bearbeitungen von Serien wie *The Persuaders* (GB 1971–1972) oder den Filmkomödien mit Louis de Funès sowie Terrence Hill und Bud Spencer Übersetzungen schuf, die rückblickend wie Vorformen der Fundub wirken. Zwar deutete Brandt sein Ausgangsmaterial in diesen Fällen zumeist nicht grundlegend um, sondern hob lediglich bereits vorhandenes komisches Potenzial hervor, dennoch verlieh er der Tonspur eine Bedeutung, der die visuell präsentierte Handlung untergeordnet wurde.

Brandts Arbeiten, die den Text der Vorlagen primär um Sprachinflüsse aus dem Berlinerischen und Jiddischen ergänzten, typische Redewendungen pervertierten (zum Beispiel »Was ist denn das, ein altes Schwein in neuen Schläuchen?« in *The Persuaders*) und das Deutsche um Wortneuschöpfungen wie etwa »Tschüssikowsky« erweiterten, blieben im Ausland verständlicherweise gänzlich unbekannt, wurden durch stetige Wiederholungen aber zu einem festen Bestandteil der deutschen Fernsehlandschaft. Die Vermutung liegt somit nahe, dass die spätere Generation der Fundubber bewusst oder unbewusst maßgeblich von Brandt sozialisiert wurde.

Das Regiment der Nassbirnen: *Sinnlos im Weltraum* und die Geburtsstunde des Fundubbings

Neben Brandts Arbeiten können die Clips der *Sinnlos im Weltraum*-Reihe als maßgebliche Pionierleistungen, denen die Popularisierung der Fundub zu verdanken ist, angesehen werden. Eine erste Synchronisation wurde bereits 1994 angefertigt, blieb in ihrer Verbreitung durch VHS-Kassetten zunächst aber auf den Freundeskreis der Produzenten beschränkt, bevor die Episoden über die um die Jahrtausendwende zunehmend beliebter werdenden LAN-Partys, auf denen Dateien von Computer zu Computer getauscht wurden, ein größeres Publikum fanden.

Dass *LotW* mit dem abgewandelten Untertitel *Sinnlos in Mittelerde* explizit auf *Sinnlos im Weltraum* Bezug nimmt – zusätzlich findet sich im Abspann die Texttafel »Inspired by SiW« – verwundert nicht: Adaptionstechnisch wird in beiden Fällen vergleichbar operiert, allerdings liegt *Sinnlos im Weltraum* ein wesentlich größerer Textkorpus zu Grunde, da das Bildmaterial aus einzelnen Folgen der 177 Episoden umfassenden Science-Fiction-Serie *Star Trek: The Next Generation* bezogen wird, die im amerikanischen Fernsehen ursprünglich zwischen 1987 und 1994, sowie in Deutschland ab 1990, ausgestrahlt wurde.

Damit greift die Reihe auf einen Stoff zurück, dessen Vorgänger, die ursprünglich von 1966 bis 1969 gesendete Serie *Star Trek* als »Prototyp eines Konzepts« gilt, »das nicht nur einen seit beinahe 50 Jahren phantasievoll gepflegten Kult hervorbrachte, sondern sich zu einem weit über die Grenzen des Genres hinaus bekannten Phänomen entwickelt hat« (Rauscher 51–52). Dank dieses Kults, der außerhalb des Fernsehens auch in Kinofilmen, Romanen und Comics kommerziell ausgewertet wird, hat es *Star Trek* auf eine beträchtliche Masse von Fanpublikationen in gedruckter und audiovisueller Form gebracht (Jenkins).

Das Hauptaugenmerk von *Sinnlos im Weltraum* gilt dabei der Absicht, den Figuren durch neue Stimmen und Dialoge einen Charakter zu verleihen, der ihrem von der Serie tradierten Persönlichkeitsbild diametral entgegengerichtet ist. Aus dem intellektuellen Captain Jean-Luc Picard, einer »Mischung aus intergalaktisch engagiertem Sozial-

arbeiter und einem stets an bildungsfördernden Erkenntnissen interessierten Kulturforscher« (Rauscher 56), wird etwa ein dauerfluchender »Schläger und Trunkenbold« (Brackmann, Marquardt). Besonders deutlich lässt sich die Operationsweise der Parodie anhand des Androiden Data zeigen, der »eine der vielseitigsten Variationen des künstlichen Menschen« verkörpert, die »außergewöhnliche Mühen« auf sich nehmen muss, um menschliche Emotionen nachzuvollziehen (Rauscher 56). *Sinnlos im Weltraum* degradiert diese äußerst komplexe Figur hingegen zu einem »defekten Taschenrechner«, der außer Stande ist, einfachste Aufgaben zu lösen (Brackmann, Marquardt). Während *Star Trek: The Next Generation* großen Wert darauf legt, selbst seinen Nebenfiguren noch eine komplexe Charakterisierung und ausgearbeitete Hintergrundgeschichten zu Teil werden zu lassen und diese beständig zu vertiefen, konstruiert die Synchronisation ihren Reiz gerade aus dem konsequenten Unterlaufen jeglicher Vielschichtigkeit. Die Handlungen der Figuren resultieren aus den defizitären Zuweisungen, die sie mittels Neuvertonung erhalten und beschränken sich in der Regel auf übersteigertes Aggressionspotenzial oder einen auffälligen Mangel an Intellekt. Im Widerspruch zwischen Multi- und Eindimensionalität konstituiert sich das Verhältnis zwischen Vorlage und Bearbeitung.

Unterstützt wird der komische Effekt durch die verwendete Sprachfärbung, den Dialekt des Siegerländer Platts beziehungsweise eine hochdeutsche Umgangs- und Vulgärsprache, die deutliche Einflüsse dieser Mundart aufweist. Eine derart lokal geprägte Figurenrede konstruiert einen Widerspruch zu den tradierten, teilweise extraterrestrischen Nationalitäten der Figuren, da er eine Provinzialität suggeriert, die sich mit der Handlung kontrastiert.

Dennoch erschließt sich der Umfang der Parodie erst in der Kenntnis um die Vorlage und ihre spezifischen Charakteristika: Die komplexen Figuren und Handlungsmuster von *Star Trek: The Next Generation*, in Verbindung mit dem großen Umfang der Serie, setzen ein umfangreiches Wissen um die originalen Episoden voraus, die als Grundlage dienen, um die parodistische Tragweite der Synchronisation begreifen zu können. So potenziert sich die Komik des aggressiven Alkoholikers Picard, wenn man um den Widerspruch weiß, in dem dieser zu dem pazifistischen Intellektuellen der Vorlage steht,

gleiches gilt etwa für den Umgang mit der fundierten technischen Terminologie des Originals, die in *Sinnlos im Weltraum* zu einer »willkürlichen Aneinanderreihung von Fremdwörter[n]« (Brackmann, Marquardt) wird – erst das Verständnis für die korrekte Verwendung der Begrifflichkeiten lässt die Parodie als solche überhaupt erkenntlich werden. Somit richtet sich die Synchronisation vornehmlich an ein Publikum, das aus Kennern der Vorlage besteht und in der Lage ist, die Umdeutungen zu goutieren – die Clips sind somit gleichzeitig der Fun- wie auch der Fandub zuzurechnen.

Hinsichtlich seines Produktionsprozesses lässt sich *Sinnlos im Weltraum* zudem mit dem Fanfilm vergleichen: Beide entstehen auf Grundlage eines intensiven Konsums des Vorbilds, deren Muster erst verinnerlicht und verstanden werden müssen, bevor sie umgedeutet werden können. Tatsächlich bewahrheitet sich die Vermutung, dass die Produzenten der Parodie selbst Fans ihrer Vorlage sind (Brackmann, Marquardt), die einen erheblichen Aufwand auf sich genommen haben, um eine lippensynchrone Neuvertonung vorzunehmen.

Im postmodernen Zerrspiegel: *LotW* und seine äußere Form

Widmet man sich nun dem Hauptgegenstand dieser Untersuchung, so ist zunächst anzuführen, dass *LotW*, wie eingangs bereits erwähnt, sein Ausgangsmaterial ausschließlich aus *Fellowship* bezieht, konkret aus dessen Extended Version, die im Jahr 2002 auf DVD ausgewertet wurde. Während die akustischen Unterschiede in Bezug auf die Figurenrede sehr markant gestaltet sind, bleiben die visuellen Eingriffe in die Vorlage weitestgehend unsichtbar. Ausnahmen stellen primär die sichtbar variierten Anfangstitel dar: Auf die Einblendung des Schriftzugs »Bloodpack Entertainment presents« folgt das modifizierte Titelblem des Films, dessen letztes Wort »Rings« durch »Weed« ersetzt und mit einem Hanfblatt unterlegt sowie um den Untertitel *Sinnlos in Mittelerde* ergänzt wurde. Auch ein Abspann, eingeleitet von der Phrase »to be continued« wurde angefügt und führt die Pseudonyme der Sprecher und technischen Verantwortlichen sowie die ver-

wendeten Musikstücke auf, deren Kompilation bekannter Kompositionen aus klassischer und populärer Musik den orchestralen Score der Vorlage ersetzt, ergänzt um Melodien aus Fernsehserien und Videospielen.

Im direkten Vergleich fällt zudem auf, dass *LotW* seine Vorlage kondensiert, indem einzelne Einstellungen und in den letzten Minuten auch ganze Szenen entfernt werden, um das Erzähltempo zu steigern und Bildmaterial zu selektieren, das einer parodistischen Bearbeitung besonders entgegenkommt. Der zwanzigminütige Clip deckt daher circa die erste halbe Stunde von *Fellowship* ab, setzt seine Schnitte aber so subtil, dass sie ohne genaue Kenntnis der Vorlage nicht auffallen. Folglich wird auch in den Verlauf der Handlung kaum eingegriffen, die narrative Struktur bleibt im Wesentlichen erhalten: Die Fundub beginnt mit dem nahezu ungekürzten Prolog der Vorlage, der von zwei Erzählern präsentiert wird. Dieser Abschnitt von *Fellowship* bietet sich für eine Neuvertonung besonders an, da die narrativen Zusammenhänge hier nicht dialogisch sondern durch Off-Kommentar gestiftet werden, so dass nicht darauf geachtet werden muss, den eingesprochenen Text mit Lippenbewegungen der Figuren zu synchronisieren. Den zweiten Teil von *LotW* macht dann eine gestraffte Version der folgenden, in Bilbos Heimat, dem Auenland, spielenden Szenen aus.

Dabei wird deutlich, dass der Clip ein grundlegendes Problem des Fanfilms, nämlich die Herausforderung, an die professionell und zumeist mit hohem Budget erzeugten Bilder der begrenzten eigenen Mittel zum Trotz anzuschließen, auszuhebeln vermag: Da das Dubbing sich bei bereits vorhandenem visuellen Material bedient, verlangt es zu dessen Bearbeitung lediglich bescheidener technischer Mittel und geringen Kapitalaufwand.

Der auf diese Weise entstehende Gegensatz tritt im Fall von *LotW* deutlich zu Tage, liegt dem Clip doch eines der aufwendigsten Großprojekte der Filmgeschichte zu Grunde, das nur mit immensem Personal-, Kosten- und Zeitaufwand realisiert werden konnte. Eine interessante Beobachtung ist in diesem Zusammenhang, dass der vulgäre, bisweilen infantile Humor, den *LotW* präsentiert, zunehmend an Wirkung gewinnt, je aufwendiger und damit Ernsthaftigkeit suggerierender das Setting ist, in dem er platziert wird. In Rückschau auf

die hohen Kosten von *Fellowship* stellt *LotW* wie als Spitze gegen diese Gigantomanie explizit ihren nicht erfolgten Einsatz finanzieller Mittel aus, indem die Credits verkünden, der Clip sei »erstellt mit 99,99% illegaler, gebrannter und unlizenzierter Software«. Auch eine aufwendig geplante, zeitintensive Produktion wird mit der auf gleichem Wege vermittelten Information, *LotW* sei nahezu vollständig improvisiert, negiert. Zwar scheint diese Behauptung angesichts der editierten Einstellungen des Ausgangsmaterials in keiner Weise haltbar – zu erkennen ist lediglich, dass vergleichsweise wenig Wert auf eine lip-pensynchrone Neuvertonung gelegt wurde – dennoch illustriert der Clip, dass im Feld filmischer Aneignungen wohl keine andere Form existiert, in der betriebener Aufwand für Vorlage und Adaption so weit auseinanderklaffen, wie im Fall der Fundub.

Mittelerde, wie es kiff und liebt: Dubbing zwischen Parodie und Fanfiction

Anders als die *Sinnlos im Weltraum*-Reihe, die mit den deutschsprachigen Kennern der Serie lediglich eine begrenzte Zielgruppe anspricht, kann sich *LotW* an die breite Masse richten: Bereits im Zuge der Kinoauswertung erreichte *Fellowship* in Deutschland ein Publikum von knapp elf Millionen Zuschauern, das sich zum Zeitpunkt der Veröffentlichung von *LotW* durch Heimvideo- und Pay-TV-Auswertungen noch potenziert hatte. Noch entscheidender ist aber, dass *Fellowship*, anders als etwa *Star Trek: The Next Generation*, deren differenziert gezeichnete Figuren sich erst mit dem Konsum multipler Episoden entfalten, auf der »durchschaubaren, holzschnittartigen Charakterisierungstechnik der Bücher« (Horst 101) basiert. Die in *LotW* repräsentierten Hauptfiguren Gandalf, Bilbo und Frodo sind als weiser Mentor, desillusionierter Abenteurer und jugendlicher Held am Rande seiner Initiation narrative Archetypen, die selbst ohne Kenntnis des eigentlichen Films unmittelbar als solche identifiziert werden können.

Somit operiert *LotW* nicht primär als Fanfilm, sondern in erster Linie parodistisch, wobei er sich nicht auf *Fellowship* beschränkt, son-

dern diesen als Folie verwendet, um sowohl die literarische Vorlage als auch das Fantasygenre im Allgemeinen zu persiflieren. Zum besseren Verständnis empfiehlt es sich diesbezüglich, sich die eskapistische Funktion vor Augen zu führen, die dieses Genre erfüllt, die Ermöglichung der Flucht in eine Welt, die keinerlei Gemeinsamkeiten mit dem Alltag des Rezipienten aufweist und ihn dadurch anspricht, »dass sie vornehmlich auf zeitlosen, archaischen oder allgemeingültigen Vorstellungskomplexen und Erzählmustern beruht« (Horst 98). Die entsprechende in *Fellowship* konstruierte Diegese wird in *LotW* sukzessiv durch die Inkorporation lebensweltlicher Analogien demontiert, die im Setting zwar deplatziert wirken, im Zusammenspiel von Bild und Ton aber schlüssig erscheinen. So kündigt sich etwa die Ankunft von Gandalfs Pferdegespann nicht mehr durch den selbstvergessenen Gesang des Zauberers an, sondern durch eine »5000-Watt-Bass-Machine« aus der ohrenbetäubender Techno dröhnt, wie man ihn sonst nur auf Parkplätzen von Dorfdiskos aus tiefergelegten Sportwagen hört. Zwar stellt die Existenz dieser Musik in Mitteleuropa eindeutig einen Fremdkörper dar, dennoch scheinen sich Gandalfs Gesichtszüge so synchron zum Wummern der imaginären Boxen zu bewegen als seien sie beim Dreh darauf abgestimmt worden.

Darüber hinaus werden in *LotW* auch in *Fellowship* lediglich ange deutete Aspekte aufgegriffen und ausformuliert, womit *LotW* sich wiederum mit dem Operationsfeld des Fanfilms überschneidet. Am deutlichsten geschieht dies sicherlich in Bezug auf das titelgebende Topos des Drogenhandels und -konsums, speziell der Thematisierung des »Weeds« (Marihuana). Dieses wurde der Vorlage mitnichten unmotiviert übergestülpt, sondern baut auf Einstellungen auf, die Gandalf und Bilbo wiederholt beim Rauchen imposanter Pfeifen zeigen. Wenn Bilbo deren Inhalt zu einem Zeitpunkt stolz als »Old Toby, the finest weed in the southfarthing.« bezeichnet, unterscheidet sich diese Haltung in kaum mehr als der exakten Wortwahl von den Prahlereien in *LotW* wie »Ey, das Zeuch, das ich hier gerade durchziehe, ne, dat ist von der übelsten Sorte, Alter. Dat haut so rein, dat glaubsu gar nich.«

Zusätzliches Gewicht erhält der in der Vorlage sichtbare Rauschmittelkonsum, indem die Drogen zum Antrieb der Handlung erho-

ben werden: Gründet der zentrale Konflikt in *Fellowship* darin, dass der Antagonist Sauron die freien Völker von Mittelerde mit Hilfe eines »Rings der Macht« unterwerfen will, so baut Sauron sich in *LotW* einen »Riesen-Bong«, mit dem er stündlich »tausende Tonnen Gras« verraucht – eine Verschwendung, die Menschen, Elben und Zwerge dazu bringt, ihm den Krieg zu erklären. Der Ring bleibt dabei zwar die Quelle von Saurons enormer Macht, erhält aber zusätzlich »die sonderbare, aber geile Eigenschaft«, seinen Träger in einen permanenten Rauschzustand zu versetzen. Während die Odyssee, die den Ring schließlich in Bilbos Besitz bringt, unangetastet bleibt, erhalten auch die im Auenland spielenden Ereignisse einen neuen Katalysator, da Gandalf Bilbo nicht anlässlich der Feierlichkeiten zu dessen 111. Geburtstag aufsucht, sondern um von ihm Drogen zu erwerben.

Die Idee, dem Ring der Macht eine berauschende Funktion zuzuschreiben, wird dabei nicht zum ersten Mal in der Geschichte des Stoffes realisiert. Wenngleich er bei Jackson als »dunkle, brutale Macht« (Harzheim 114–115) präsentiert wird, der jede Assoziation zum Verführerischen abgeht, wobei Frodos Überstreifen des Rings in der filmischen Inszenierung mit einer »plastic dream-transformation, an oneiric, almost druggy, shift« (Pomerance 365) einhergeht, so findet sich eine entsprechende Interpretation doch vor allem in Ralph Bakshis *Lord of the Rings* (US 1978), der Zeichentrickversion des Stoffes. Durch psychedelische Bildeffekte erzeugt diese den Eindruck, der Visualisierung eines Drogentrips beizuwohnen; der Ring selbst erscheint als Suchtmittel, mit dem sich seine Träger in ein Abhängigkeitsverhältnis begeben und nach dessen Verlust sie Entzugserscheinungen aufweisen.

Im Bereich der Fanfiction, der kreativen Weitererzählung eines Stoffes durch Fanschreiber, hat der Aspekt des Drogenkonsums bisher kaum Beachtung gefunden. Stattdessen ergänzt die Anhängerschaft den Stoff mehrheitlich um die Komponente, die »ihm am auffälligsten fehlt: Liebe und Sex« (Horst 105); dies geschieht vor allem in homoerotischer Slash-Fanfiction (Allington; Brayton; Smol). Auch *LotW* thematisiert die sexuellen Vorlieben seiner Figuren: So erhält etwa Bilbo die Zuschreibung »der olle Chicks-Terminator«, eine besonders hübsche Wortschöpfung, die als Synonym zum

»Ladykiller« zu verstehen ist, und Frodo spendiert seinem bankrotten Freund Sam, der ansonsten aus der Handlung von *LotW* editiert wurde, eine Nacht mit »Scheisula, der Dorfnutte«. Frodo selbst findet hingegen Gefallen an Gandalf und versucht erfolglos, ihn als Gegenleistung für Drogen zu sexuellem Entgegenkommen zu überreden: »Ich träume von nackten Männern, von deinem Zauberstab. Ich stehe auf alte Säcke wie dich. Ey, Gandalf, ich will dich in Reizwäsche sehen.« Während die Akteure der Fanfiction durch ihre grenzüberschreitenden homosexuellen Beziehungen allerdings zu »Vorbote[n] einer künftigen Sexualpolitik, einer Kultur des Unidentischen« (Horst 105–106) erhoben werden, fehlt Frodos sexuellem Verlangen im Clip das transgrediente Moment, dient es doch lediglich der Dekonstruktion des eingeschworenen, platonischen Bunds des Maskulinen, den die Vorlage entwirft.

Wenngleich sich im Detail noch weitere Aspekte anführen ließen, um das Spannungsfeld von Parodie und Fanfiction zu exemplifizieren, erscheinen die genannten Beispiele doch ausreichend, um die Methoden aufzuzeigen, mit denen *LotW* sein Ausgangsmaterial umdeutet. Gleichzeitig lässt sich an ihnen nachvollziehen, dass die persiflierenden Elemente sich stets mit Vorgehensweisen decken oder überschneiden, die in Fanfilm und -Literatur Anwendung finden. Umgekehrt enthalten auch in primär respektvoller Absicht entstehende Fortschreibungen Anzeichen einer Parodie, weshalb eine klare Trennung zwischen beiden Formen der Aneignung auch an dieser Stelle oftmals nicht möglich ist.

Auenländer Idiolekt: Die Sprachprägung von *LotW*

Die Bestimmung einer nationalen Identität, die über eine Diskussion des Drehortes oder die Rekapitulation der Staatsangehörigkeit von Darstellern und Regisseur hinausginge, lässt sich bei einer Großproduktion wie *Fellowship*, die mit Blick auf den gesamten Weltmarkt hergestellt wird, nur schwer vornehmen. Auch entsprechende Fanfilme sind zumeist als Schöpfungen, einer durch das Internet weltweit verbundenen Gruppe kreativer Anhänger zu verstehen, deren Werke

sich am Original orientieren und daher in nahezu jedem Land der Erde hätten entstehen können. Entsprechend effektiv ist es für eine parodistische Bearbeitung, die globalisierte Vorlage durch lokale Verortungen zu kontrastieren. So bleibt in *LotW* zwar die geographische Platzierung der Vorlage im fiktiven Land Mittelerde erhalten, im Detail zeigt sich jedoch, dass zunehmend spezifisch deutsche Einflüsse ihren Weg in die Diegese finden und sich mit deren Merkmalen vermischen.

Diese Manifestation findet zunächst auf der Ebene der Figurenrede statt, die von der gewählten, sehr elaborierten Sprechweise der Vorlage Abstand nimmt und sie in einen jugendsprachlich geprägten Soziolekt überträgt, der sich neben der inflationären Verwendung von Vulgarismen auch durch die Artikulation einzelner Worte von der Standardsprache abhebt: So verwenden Gandalf, Bilbo und Frodo etwa »wat« bzw. »dat« anstelle von »was« und »das«, realisieren die Endung »er« als »a« (»Alta« statt »Alter«, »Mudda« anstelle von »Mutter«, »aba« statt »aber«) und »Zeug«, den omnipräsenten Terminus für Drogen, als »Zeuch«. Allgemein lässt sich dabei der Einfluss niederdeutscher Dialekte konstatieren, der durch den Einsatz von Anglizismen ergänzt wird. Dies bestätigt die Verwendung von Ausdrücken wie »Dreckspusher« oder »in da hood« beispielhaft.

Die gemeinsamen sprachlichen Eigenheiten scheinen Gandalf, Bilbo und Frodo als soziale Gruppe zu markieren, lassen aber auch die Interpretation zu, dass es sich hierbei um eine im Auenland übliche Sprachfärbung handelt, die der offensichtlich von außerhalb stammende Gandalf adaptiert. Allerdings lässt sich diese These kaum überprüfen, da innerhalb des Prologs keine ausreichende Menge an Figurenrede vorzufinden ist. Der hier auftretende Sauron spricht zumindest seine einzige Zeile (das Wort »Überraschung!«) in einem breiten bayrischen Dialekt, der gemeinhin mit Gemütlichkeit und Provinzialität konnotiert wird und auf diese Weise seine ursprünglich furchterregende Erscheinung unterminiert. Ebenfalls im Prolog tritt zudem eine, allerdings extradiegetische, vom Abspann schlicht als »der Türke« bezeichnete, Erzählerfigur auf, die ein gebrochenes, mit türkischen Vokabeln durchsetztes Deutsch spricht. Das Aufgreifen und Parodieren dieser, in der Regel von zweisprachig aufgewachsenen türkisch-stämmigen Jugendlichen der zweiten oder dritten Ein-

wanderergeneration verwendeten Varietät stellt um die Jahrtausendwende einen beliebten Bestandteil der Bühnenprogramme deutscher Komiker und Kabarettisten dar, an deren Tradition *LotW* an dieser Stelle anknüpft.

Die Verwendung von Dialekten und Varietäten wird somit einerseits genutzt, um den im vorangegangenen Abschnitt thematisierten Bruch mit dem Fantastischen herbeizuführen, andererseits wird auf diese Weise eine Komik erzeugt, die aus der Misshandlung einer in der allgemeinen Wahrnehmung als korrekt empfundenen Sprache resultiert. Letztere findet im Abspann ihren Höhepunkt, wenn wesentlich groteske Rechtschreibfehler, wie die Behauptung, die Handlung sei »zu 99% Improvisivisiert«, eingebaut oder wahllos englische und deutsche Schreibweisen einzelner Wörter vermischt werden. Gleichzeitig wird auf diese Art einmal mehr das Spannungsverhältnis zwischen internationaler Vorlage und nationaler Bearbeitung pointiert.

Dabei vermischen sich Mittelerte und Deutschland in *LotW* nicht nur sprachlich, sondern zunehmend auch kulturell. So schlägt Bilbo Gandalf beispielsweise vor, man solle »heut abend mal auf Wacken gehen« und erläutert auf dessen geäußerte Unwissenheit hin: »Einmal im Jahr kommen hier alle bösen schwarzen Männer aus Mittelerte her, um ma richtig die Sau rauszulassen.« Angespielt wird an dieser Stelle auf das überregional bekannte Wacken Open Air, ein Heavy-Metal-Festival, das jährlich im norddeutschen Dorf Gribbohm stattfindet und zehntausende Besucher anzieht. Im Clip werden die ursprünglich gezeigten Feierlichkeiten zu Bilbos Geburtstag einerseits durch den Dialog, andererseits durch die Untermalung mit entsprechender Musik umgedeutet, Ursprungsmaterial und Lebenswirklichkeiten der Adepten vermischen sich, indem ein reales Ereignis in die fiktive Welt von Mittelerte überführt wird.

Fazit

Am Beispiel von *LotW* sollten die Ansätze, mit denen sich einer Fundub genähert und ihre Transformationsprozesse beschrieben werden

können ebenso deutlich geworden sein wie die diesbezügliche Problematik terminologisch unanfechtbarer Klassifizierungen. Unstrittig ist dabei hingegen die maßgebliche Bedeutung des Internets, das durch die Eröffnung neuer Produktions- und Vertriebswege entscheidend zur Demokratisierung des Films beigetragen hat. Die kostengünstige Verfügbarkeit von Schnitt- und Bildbearbeitungssoftware sowie das abnehmende Bewusstsein für die Unantastbarkeit urheberrechtlich geschützten Materials waren Voraussetzungen für die Etablierung des Fundubbings, das in seiner selbstverständlichen Aneignung fremder Bilder die wohl rebellischste Form der Fanfiktion darstellt und somit die Speerspitze dessen markiert, was als »zukunftsweisendes Projekt« der unkommerziellen Kreativen bezeichnet werden kann, den »kollektiven Versuch, die Matrix der Kulturindustrie zu überschreiben« (Horst 107).

Anders als die kommerzielle Filmparodie, die ausgehend vom Erfolg der *Scary Movie*-Reihe um die Jahrtausendwende einen Aufschwung erlebt, der sich parallel zur zunehmenden Popularität der Clips vollzog, strebt die Fundub die Emanzipierung von ihrem Ausgangsmaterial an. Während sich die Kinoproduktionen ebenfalls verstärkt an den parodierten Vorlagen orientierten und ganze Sequenzen lediglich leicht modifiziert nachstellten, bleiben sie aber zur Wahrung des Urheberrechts darauf angewiesen, ihre persiflierende Absicht zu jeder Zeit auszustellen – so müssen etwa die Namen der Figuren erkennbar variiert werden – Irritationen und Verwechslungen werden auf diese Weise kategorisch ausgeschlossen. Die Fundub hingegen löst diese ehernen Grenzen in der Kombination von authentischem Bild und umdeutendem Ton offensiv auf und zeigt damit ihr genuines Talent – die vollständige Vereinnahmung ihres Ausgangsmaterials, die in dessen finalem Überschreiben ihren Höhepunkt findet. Um diese Loslösung von der ursprünglichen Referenz gewährleisten zu können, muss sich die Synchronisation im größtmöglichen Widerspruch zu den Konnotationen positionieren, die mit dem Bildmaterial einhergehen – je größer der Ernst, den die Vorlage suggeriert, desto infantiler muss der Humor der Bearbeitung ausfallen, wie *LotW* exemplarisch vorführt.

Peter Jackson hat die Produktion von *Fellowship* von Konzeption bis Kinostart fünf Jahre gekostet und dabei fast 100 Millionen Dollar

verschlungen. *Bloodpack Entertainment* dürfte kaum mehr als einen Nachmittag und eine Hand voll Euro gebraucht haben, um Hollywood einen seiner modernsten Klassiker wieder zu entreißen und in eine eigene Erfolgsgeschichte umzuwandeln. Ihr Clip ist Kino von unten, ein gekaperter Blockbuster, überschrieben mit so grobem Strich, dass sein Publikum vergisst, was sich einmal darunter befunden hat: Jacksons Gandalf war ein Mann der weisen Worte, aus dessen Mund kluge Ratschläge und gewitzte Bonmots kamen. Doch seit *LotW* hört man, sobald der Zauberer seine Stimme erhebt, nur noch: »Ey, pass mal auf, du kleiner Hoden! Weißt du eigentlich, wie weh so 'ne Kopfnuss tut?«

Literatur

- Allington, David. »How Come Most People Don't See It?«: Slashing the Lord of the Rings. *Social Semiotics* 27.1 (2007): 43–62.
- Brackmann, Bianca und Florian Marquardt. Sinnlos im Weltraum, 2004. <http://siv.florianmarquardt.de> (28. Nov. 2013).
- Brayton, Jennifer. Fic Frodo Slash Frodo: Fandoms and The Lord of the Rings. *From Hobbits to Hollywood: Essays on Peter Jackson's Lord of the Rings*. Eds. Ernest Mathijs und Murray Pomerance, 137–153. Amsterdam/New York: Rodopi, 2006.
- Dehnert, Walter und Eckhard Schenke. Amateurfilm. *Reclams Sachlexikon des Films*. Ed. Thomas Koebner, 21–22. Stuttgart: Reclam, 2011.
- Harzheim, Harald. Zombies, Drogen und Psychosen. The Lord of the Rings bei Ralph Bakshi, Arthur Rankin jr./Jules Bass und Peter Jackson *Von Neuseeland nach Mittelerde: Die Welt des Peter Jackson*. Ed. Ursula Vossen, 109–119. Marburg: Schüren, 2004.
- Horst, Sabine. »Willkommen in Bruchtall« LOTR als Fan-Phänomen. *Von Neuseeland nach Mittelerde: Die Welt des Peter Jackson*. Ed. Ursula Vossen, 93–108. Marburg: Schüren, 2004.
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.
- Kortmann, Erhard und Fritz Wolf. *Bon(n)bons. Prominenten in den Mund geschrieben*. Köln: Bastei, 1965.
- LOTW – Sinnlos in Mittelerde – Part1. <http://www.bpk-entertainment.de/dl/LOTW-Script%20-%20V%201.7.txt> (28. Dez. 2013).

- Marschall, Susanne. Parodie. *Reclams Sachlexikon des Films*. Ed. Thomas Koebner, 508–509. Stuttgart: Reclam, 2011.
- Pomerance, Murray. The Laddy Vanishes. *From Hobbits to Hollywood: Essays on Peter Jackson's Lord of the Rings*. Eds. Ernest Mathijs und Murray Pomerance, 351–372. Amsterdam/New York: Rodopi, 2006.
- Rauscher, Andreas. Raumschiff Enterprise/Star Trek. *Klassiker der Fernsehserie*. Eds. Thomas Klein und Christian Hißnauer, 51–60. Stuttgart: Reclam, 2012.
- Smol, Anna: ›Oh... oh... Frodo!‹: Readings of Male Intimacy in The Lord of the Rings. *Modern Fiction Studies* 50.4 (2004): 949–979.

Die fiese Fresse des Jean-Luc Picard: *Sinnlos im Weltraum* als Paradigma der deutschsprachigen Fundub

Jonas Etten

Die Fundub kann als formal besonders bemerkenswerte Praxis der Media Fandoms gelten. Das Prinzip ist denkbar einfach: Ein bekanntes Film- oder Fernseherzeugnis wird aufgegriffen, die ursprüngliche Tonspur vollständig oder teilweise entfernt und durch neuen Ton ersetzt. Hierbei werden Dialoge eingesprochen sowie Musik und Geräusche erzeugt oder aus fremden Quellen übernommen. Damit kann die Fundub als ein Typus der Fandub betrachtet werden – eine Praxis der von Fans initiierten Eigensynchronisation audiovisueller Medien, wie sie insbesondere im Mangafandom verbreitet ist. Im spezifischen Falle der Fundub ist allerdings keine originalgetreue Übertragung angestrebt, sondern gerade eine humoristische bzw. parodistische Diskrepanz zwischen Bild- und Tonebene. Die damit einhergehenden Verschiebungen von Sinn und Kontext des Bildmaterials rücken die Fundub in den Kreis der subversiven Vidding-Praktiken, wie sie sich seit den 1960er Jahren in diversen Sparten der Media Fandoms herausgebildet haben (Cuntz-Leng).

Als eines der weltweit ersten Beispiele einer Fundub gilt *Sinnlos im Weltraum* (nachfolgend abgekürzt als *SiW*), die parodistische Neuvertonung einiger Episoden der TV-Serie *Star Trek: The Next Generation* (nachfolgend abgekürzt als *TNG*). Die Arbeiten entstanden überwiegend zwischen 1994 und 1997, produziert in deutscher Sprache von sieben Studenten aus dem Siegerland und ursprünglich nur zur Vorführung im Freundeskreis vorgesehen (Satre). Die Videos verbreiteten sich aber schnell auf »viralem« Wege über das Internet und avancierten zum Kultphänomen – naturgemäß vornehmlich im deutschsprachigen Raum, wobei *SiW* von der englischsprachigen *Wikipedia* ebenfalls als eine der frühesten Fandubs gelistet wird. Nachdem das

durch *SiW* begründete Arbeitsprinzip etliche Nachahmer fand, die sich wie zum Beispiel *Lord of the Weed* teilweise explizit auf *SiW*-Episoden beziehen, kann die *TNG*-Parodie als Initialzündung und musterhaftes Vorbild der deutschsprachigen Fundub-Szene betrachtet werden.

Wissenschaftlich wurde das Phänomen der Fundub bislang kaum bearbeitet. Im Folgenden sollen erste Grundzüge einer Theorie der Fundub umrissen werden. Aufgrund der paradigmatischen Bedeutung von *SiW* wird diese Serie hierbei im Mittelpunkt der Ausführungen stehen. Methodisch wird davon ausgegangen, dass sich *SiW* besonders gewinnbringend mithilfe des traditionsreichen Begriffs der Parodie analysieren lässt. Zur genauen Entwicklung des Untersuchungsganges ist daher zunächst ein kurzer Exkurs in die Theorie der Parodie notwendig.

Sowohl parodistische Praktiken wie auch der Begriff der Parodie können auf eine lange Geschichte zurückblicken. Dabei ist durchaus fraglich, ob sich transhistorische Definitionskriterien der Parodie überhaupt festmachen lassen (Hutcheon 10). Ursprünglich mit dem »Gegengesang« (*παρῳδία*) auf ein literarisches Phänomen bezogen, gab die literaturtheoretische Begriffsbildung bislang den Anstoß zu den meisten Theorien der Parodie. Im Mittelpunkt steht dabei zumeist die spezifische Komik der Parodie, die sich in der Distanz zur parodierten »Vorlage« entwickelt. Die Parodie ist ein

Werk, das in satirischer, kritischer oder polemischer Absicht ein vorhandenes, den Adressaten der Parodie als bekannt vorausgesetztes Werk unter Beibehaltung kennzeichnender Formmittel, aber mit gegenteiliger Intention nachahmt. Der durch das so entstandene Auseinanderfallen von Form und Aussageanspruch gewonnene Reiz des Komischen ist dabei umso wirkungsvoller, je größer die Fallhöhe vom Parodierten zur Parodie ist. (Weidhase 342).

Extrapoliert man diese Definition auf das Prinzip der Fundub, dann scheint das Phänomen zunächst erstaunlich gut erfasst zu sein, denn nur selten ist das Verhältnis von Parodie und parodiertem Werk so deutlich an der Struktur der vorliegenden Parodie selbst ablesbar: Das originale Bildmaterial einer *TNG*-Episode trifft unverändert auf eine parodistische Tonspur, und das Resultat dieses Zusammentreffens konstituiert das parodistische Werk. Besagte »Fallhöhe« wäre dem-

nach werkimmanent zwischen den Ebenen von Bild und Ton nachzuweisen.

Ein Phänomen wie *SiW* ist damit nur unzureichend verstanden. Die Parodie setzt sich hier nicht nur in ein Verhältnis zum rohen Bildmaterial, sondern auch zu den verwendeten Originalepisoden sowie zu deren Serienkosmos insgesamt, weiterhin zur Rezeptionshaltung der *TNG*-Fans und zum Medium der Fernsehunterhaltung generell. Demnach erscheint *SiW* auch als intertextuelle Parodie, deren »Vorlage« sich schwerlich eingrenzen lässt – sowohl unter formal-medialen wie inhaltlichen Gesichtspunkten. Jenkins hat betont, dass ein derartig »nomadisches« Verhältnis zur Vorlage charakteristisch für Erzeugnisse der Media Fandoms sei (37–45). Ebenso wurde das Spannungsfeld von Parodie und Intertext inzwischen von der Parodieforschung verstärkt in den Blick genommen. Insbesondere Hutcheon hat herausgestellt, dass die Parodie nicht allein in ihrer *formalen*, sondern ebenso in ihrer *pragmatischen* Dimension (im Sinne der Semiotik von Charles Morris) bestimmt werden muss (Hutcheon xiii). Während sich Erstere als »bibtexual synthesis or dialogic relation between texts« beschreiben lässt, umfasst Zweitere »the parodic text's entire »situation in the world« – the time and the place, the ideological frame of reference, the personal as well as the social context – not only of the instigator of the parody but also of its receiver« (Hutcheon xiii).

Im Folgenden wird *SiW* einer thematisch dreigliedrigen und methodisch zweigleisigen Analyse unterzogen. Behandelt wird zunächst die Konstituierung der *SiW*-Charaktere, gefolgt von der Gestaltung der Dialoge und schließlich der Konstruktion von Handlungsverläufen. Jeder dieser drei Aspekte wird zunächst unter formalen, anschließend unter pragmatischen Gesichtspunkten betrachtet. In formaler Hinsicht gilt es, spezifische Stilkomponenten zu isolieren und terminologisch zu fassen, welche die Grundlage einer allgemeinen Theorie der Fundub abgeben könnten. In pragmatischer Hinsicht ist die »situation in the world« (Hutcheon xiii) des *SiW*-Phänomens zu skizzieren, wobei besonders die Stilkomponenten in ihrem Verwendungskontext verortet werden sollen.

In Bezug auf *formale* Aspekte ist hierbei folgenden Hypothesen und Forschungsfragen nachzugehen: Durch die Verschmelzung be-

stehenden Bildmaterials mit neuem Dialogtext ist ein »trans-contextualizing« (Hutcheon 11) der optischen Zeichen und damit eine semiotische Verschiebung zu erwarten. Wie genau gestaltet sich das neue Zeichenmaterial? Die hergestellte »Fallhöhe« zwischen Ursprungsbild und neuer Tonspur zielt auf komische Effekte ab. Wie ist dieser Humor strukturiert, und welche spezifischen Faktoren zeichnen dafür verantwortlich? Ausgehend von der These, dass die Parodie eine wesentlich metafiktionale bzw. autoreflexive Kunstgattung (Hutcheon 2) sowie ein Mittel des »creative criticism« (Gehring 3) darstellt, lassen sich durch *SiW* formalkritische Einsichten in die Struktur des verwendeten Bildmaterials erwarten. Wie sehen diese aus?

Auf der Grundlage von Hutcheons Parodietheorie lassen sich weiterhin folgende Hypothesen und Forschungsfragen in Bezug auf die *pragmatische* Dimension formulieren: Da sich die *SiW*-Produzenten dezidiert als *TNG*-Fans ausweisen (Satre), liegt es nahe, *SiW* als Fanpraxis im Kontext des *TNG*-Fandoms zu betrachten. Welchen Status zwischen »continuity« und »critical distance« (Hutcheon 20) nimmt *SiW* in diesem Rahmen ein? *SiW* richtet sich anscheinend insbesondere an Rezipienten innerhalb des Fandoms oder zumindest doch an Kenner der Ursprungsserie. Welchen »Gebrauch« der Fundub innerhalb des Fandoms legt *SiW* nahe? Analog zum formalkritischen Argument: Welche kritischen Einsichten stellt *SiW* in Bezug auf den Serienkosmos *TNG* und auf das dazugehörige Fandom bereit?

Konstituierung der Charaktere

Formale Analyse

Glaubt man der Überlieferung, so wurde das Fundubprinzip zufällig geboren. Nach Anschaffung eines Videorekorders im Jahr 1994 stellten die zukünftigen *SiW*-Produzenten Peter M. und Roland K. fest, dass dieser die technische Möglichkeit zur Nachsynchronisation bot. Ohne lange Vorüberlegung improvisierten sie das erste *SiW*-Fragment, welches heute unter dem Titel *Und damit fing der Wahnsinn an* bekannt ist. In der Folgezeit nahm die Anzahl der Sprecher zu, und

man ging die Produktion von 45-minütigen Episoden an (Satre). Da man weiterhin allein auf *Star Trek*-Material zurückgriff und somit eine visuelle Konstante in der Nachvertonungsarbeit vorfand, entwickelte sich schnell ein markanter *SiW*-Stil. Jeder *TNG*-Figur wurde ein fester Sprecher zugeordnet, und mittels des neuen Dialogtextes wurden bestimmte *SiW*-Figuren etabliert. Dieser Prozess der »Charakterisierung« stellt bereits ein zentrales Stilmoment von *SiW* heraus: Die Zuweisung von bestimmten Persönlichkeitszügen erfolgte nicht mehr willkürlich, sondern in direkter Abarbeitung am Bildmaterial. *SiW*-Produzent Andreas Wernecke führt aus:

Wir haben uns die Folgen mal ohne Ton angesehen und haben bei den Figuren gewisse Charaktermerkmale erkannt. Zum Beispiel ist Picard dem Anschein nach immer schlecht gelaunt, und so sind dann unsere Stimmen zu den Charakteren entstanden. (Wenzel).

Da *TNG* über weitaus mehr Charaktere verfügt als Personen bei der Herstellung der *SiW*-Episoden beteiligt waren, hatten die Sprecher jeweils mehrere Rollen zu übernehmen. Wahrscheinlich trug dies dazu bei, dass sich die *SiW*-Figuren nicht nur in Inhalt und Stil ihrer Aussagen untereinander abheben, sondern gerade auch in den performativen Aspekten. Die Sprecher entwickelten einen gewissen Formenreichtum an Stimmlagen, Betonungsarten, Dialekten und Akzentuierungen zur Individualisierung der Figuren.

Die Charakterisierung der *SiW*-Figuren steht in engem Zusammenhang mit der im Ausgangsmaterial vorgefundenen Gestik und Mimik. Markantestes Beispiel ist Jean-Luc Picard, der als Kapitän des Raumschiffs Enterprise im Mittelpunkt sowohl von *TNG* wie auch von *SiW* steht, wo jener sich vornehmlich durch seine ständig zur Schau getragene Gewaltbereitschaft auszeichnet. Der Eindruck eines unberechenbaren und cholerischen Tyrannen wird mittels zweier unterschiedlicher Klassen von Formelementen erzeugt, die durch das Fundubprinzip zu einer neuen Funktionseinheit zusammengeschlossen werden. Auf der einen Seite stehen die im Bildmaterial vorgefundenen optischen Qualitäten, in erster Linie der von Wernecke betonte Ausdruck von »ständiger schlechter Laune«. Die Bilder vermitteln den Eindruck einer gewissen Anspannung in Körperhaltung und Gesichtsausdruck. Picards Blick ist ernst und bestimmt, seine Gestik

zeugt von Selbstbeherrschung. Dieser nonverbale Ausdruck könnte durchaus als verhaltene Aggression ausgelegt werden. An diese Möglichkeit einer spezifischen Lesart optischer Elemente knüpft die Fundub an, indem das Bild mit einer zweiten Klasse von Formelementen amalgamiert wird, die im strengen Sinne akustisch, in ihrer wesentlichen Funktion jedoch textuell sind. Die *SiW*-Produzenten lassen Picard nun genau das *aussprechen*, was sie zuvor in seinem Gesicht gelesen haben. Die Verbindung von hinzugefügtem Dialogtext mit den vorhandenen Bildelementen bewirkt ein »trans-contextualizing« (Hutcheon 11). Die semiotische Funktion der Bildelemente unterliegt einer Veränderung – in ihrer Eigenschaft als filmische Zeichen konstituieren sie eine neue Bedeutung. Eine spezielle fiktionale Entität wird erzeugt: Beide Picards sind nicht mehr identisch, auch wenn sie über eine gemeinsame optische Materie verfügen.

Dieses Prinzip scheint übertragbar auf die Konstruktion aller *SiW*-Charaktere. Typischerweise lässt sich für jeden *SiW*-Charakter ein Bündel an optischen Zeichen im Ausgangsmaterial benennen, die zu seiner Charakterisierung herangezogen wurden; in der Regel vornehmlich der Gesichts- und Körperausdruck. Jedoch weist der Prozess gewisse Variationen auf. Eine vorläufige Typologie lässt sich anhand einiger kursorischer Beispiele umreißen:

William T. Riker folgt einem ähnlichen Charakterisierungsmuster wie Picard. Als optische Signatur wird der leutselige Gesichtsausdruck herangezogen, um die neue Figur als einen Idioten zu charakterisieren. Riker zeichnet sich in *SiW* durch geistige Beschränktheit aus und wird von seinen Kollegen ironisch als »Superhirn« bezeichnet, weil er »grundsätzlich und zu keiner Zeit überhaupt irgendwas rafft« (Selbstauskunft in *Noch einmal Daniel*). Das verwendete Charakterisierungsverfahren, welches in der tendenziösen Übertreibung eines optischen Ausdrucks besteht, soll als *Extrapolation* bezeichnet werden.

Ein gegensätzliches Verfahren demonstriert Wesley Crusher. Das optische Material präsentiert einen ordentlich zurechtgemachten, zerbrechlich wirkenden Jugendlichen. Die *SiW*-Produzenten versehen ihn mit einer äußerst rauen, männlichen Stimme und legen ihm Vulgarismen in den Mund. Dieses Zusammenprallen von gegensätzlichen Elementen in Bild und Dialog lässt sich als *Kontrastierung* benennen.

Der klingonische Sicherheitsoffizier Worf wird mithilfe konträrer Verfahren charakterisiert. Einerseits liefert das Bild einen gefährlich und animalisch wirkenden Außerirdischen. Dieses Element wird dadurch kontrastiert, dass es sich bei Worf in *SiW* offenbar um ein Kleinkind handelt. Er interessiert sich für Fruchtgummi und Teddybären, abends wird er vom Captain ins Bett geschickt. Allerdings korrespondiert dieses Verhalten mit einem gewissen Ausdruck von Kindlichkeit, den man tatsächlich in den Gesichtszügen Worfs und vor allem in seiner Körperhaltung wiederfinden mag. Es handelt sich hierbei um ein kombiniertes Verfahren von *Kontrastierung/Extrapolation*.

Die Figur des Q wird in *SiW* umbenannt in Daniel. Das Bildmaterial zeigt einen Mann von exaltierter Gestik und affektiert-hochmütigem Gesichtsausdruck. Diese Eigenschaften werden extrapoliert, zusätzlich aber mit dem Topos der Homosexualität zusammengebracht. Daniel spricht mit der näselnden Stimme, die dem »schwulen« Klischee entspricht (Bailey 69–73), und sein Hauptinteresse besteht in der Aufnahme erotischer Beziehungen zu männlichen Crew-Mitgliedern. Diesen Prozess der Verknüpfung bestimmter Bildinhalte mit einem speziellen sozialen Kommunikationssystem – denn es geht hierbei um die Homosexualität unter dem Gesichtspunkt ihrer Zeichenhaftigkeit – bezeichne ich als *Codierung*.

Unter gendertheoretischen Gesichtspunkten erweisen sich drei weibliche Figuren als bemerkenswert. Auffällig ist, dass sich Dr. Beverly Crusher, Deanna Troi sowie Dr. Katherine Pulaski in *SiW* sowohl in ihrer Stimmlage wie auch in ihrem Dialogverhalten kaum voneinander unterscheiden lassen und zudem sämtlich mit männlichen Sprechern besetzt sind, die mitunter sogar von Episode zu Episode wechseln. Alle drei Figuren zeichnen sich durch eine »schwüle«, höchst sexualisierte Sprechweise aus. Ihre Gesprächsinhalte beschränken sich auf sexuelle Themen, wobei sie mit ihrer Umgebung auch vorwiegend unter sexuellen Gesichtspunkten interagieren. Das optische Ausgangsmaterial, das mehrere Frauenfiguren liefert, wird auf ein einziges Zeichen hin abgesucht: deren Weiblichkeit. Die optischen Trägerinnen dieses Zeichens werden nun auf dieses reduziert und gleichsam zu einem semiotischen Kontinuum zusammengezogen, das ihre Unterscheidbarkeit nahezu auslöscht. Crusher, Troi und

Pulaski fungieren nur eingeschränkt als individuelle Charaktere und nehmen im *SiW*-Kosmos – trotz ihrer optischen Differenz – eine funktionell nahezu identische Stellung ein. Diesen Vorgang der Zusammenschmelzung mehrerer Figuren bezeichne ich als *Reduktion*. Außerdem handelt es sich zusätzlich um eine Codierung, da das optische Zeichen »Weiblichkeit« hier mit einem spezifischen Gendercode aufgeladen wird.

Ein verwandtes Phänomen zeigt sich an den Charakteren Einfach Toll, Karl Squell und Darmok. Diesen Nebenfiguren, die jeweils nur in einer einzigen Episode auftreten, ist die Neuvertonung in einer spezifischen, sehr charakteristischen Sprechweise durch Daniel P. gemeinsam. Anders als im Falle der weiblichen Figuren ist kein gemeinsames optisches Merkmal auszumachen. Allerdings wird durch diese Art der Vertonung ein Wiedererkennungseffekt erzielt: Der *SiW*-kundige Zuschauer wartet während der Rezeption einer unbekannten Episode regelrecht auf den Einsatz der berühmt-berühmten »Stimme«, zumeist angekündigt durch das charakteristische »Joaaaa«, welches zum akustischen Markenzeichen des *SiW*-Kultes geworden ist. Dieser »Running-Gag«-Aspekt soll als *Repetition* bezeichnet werden.

Pragmatische Analyse

Wie sich gezeigt hat, liegt ein parodistisches Verdienst von *SiW* in dem Aufweis, dass sich die zugrundeliegenden optischen Zeichen auf unterschiedliche, aber jeweils sinnvolle Weise lesen lassen. Allerdings schweben die neuen Charaktere nicht im luftleeren Raum, sondern verweisen ebenso auf die Figuren der Originalserie, deren Kenntnis beim Rezipienten als wahrscheinlich angenommen werden kann. Am Beispiel von mit Musik unterlegten Fanvideos hat Jenkins ein Prinzip analysiert, das sich auch auf die Fundub anwenden lässt: »[T]heir videos play upon the reader's ability to see these images as simultaneously contributing to a new narrative and bearing memories of their status in a very different context« (237). Dabei werden solche Lesarten der Bildspur zutage gefördert, die nicht nur im Bildmaterial, sondern bereits im Diskursmaterial der Ausgangsepisoden angelegt sein

mögen: »The pleasure comes in putting words in the character's mouths and making the series represent subtexts it normally represents« (Jenkins 237–238). Besonders bedeutsam ist hierbei die performative Dimension, die gerade durch die Überschreibung der Ursprungsdialoge deutlicher hervortritt: »The nonverbal dimensions of performance (the exchanged glances, gestures, and expressions actors bring to their roles) become the focus of interest as those decontextualized gestures reveal »hidden« aspects of television characters« (Jenkins 238). Inwiefern dies auch auf die Fundub zutrifft, ist anhand der Eigenschaften einiger *TNG*-Charaktere im Vergleich mit ihren *SiW*-Pendants nachzuzeichnen.

In *TNG* handelt es sich bei Picard um eine diplomatische Figur (Becker 97–110), die Konflikte schlichtet und Verständigungsgrundlagen zwischen verfeindeten Parteien herstellt. Sein Auftreten ist gekennzeichnet von Disziplin und Beständigkeit, wobei ihn eine Aura der Autorität umgibt. Sein Verhältnis zur Besatzung ist von Freundschaftlichkeit, jedoch auch professioneller Zurückhaltung geprägt. *SiW* greift dieses Muster der reservierten Autorität auf und extrapoliert es zum Despotismus. In Kontrastierung zur Originalfigur zeichnet sich Picard in *SiW* keineswegs durch Dialogbereitschaft und Feingefühl aus, sondern durch konsequente Kommunikationsverweigerung. Eine weitere Extrapolation betont sein Verhältnis zur Sexualität. Picard scheint in *SiW* rege sexuelle Beziehungen zu den weiblichen Offizieren seiner Crew zu unterhalten, die jedoch von Gefühllosigkeit, Ekel und Ambivalenz überschattet werden. Hier zeigt sich auch eine Codierung mit männerbündlerischen Sexualnormen, zum Beispiel wenn der Captain dem Crewmitglied Bärbel die Ableistung sexueller Dienste an ihrem Vorgesetzten LaForge als Strafe verordnet. All dies weist Picard in *SiW* als dunkles Zerrbild der *TNG*-Figur aus. Zwar wäre die Behauptung übertrieben, dass die von Picard in *TNG* verkörperte Autorität zwangsläufig einen gewaltbereiten Despotismus mit sich brächte, jedoch veranschaulicht die Parodie eindrücklich, wie nahe sich der Gestus des beherrschten Diplomaten und der des hasserfüllten Tyrannen tatsächlich stehen.

In *TNG* nimmt LaForge die Rolle des findigen Technikers ein. Er ist für den Maschinenraum zuständig, tritt durch technische Glanzleistungen hervor und weist einen persönlichen Bezug zur Technik

auf, da er blind und auf seine elektronische Sehhilfe angewiesen ist. In *SiW* wandelt er sich hingegen zu einer Figur des blinden Aktionismus im Wortsinne (Extrapolation/Kontrastierung). Mit Problemen konfrontiert reagiert er – ganz dem Bildmaterial entsprechend – mit regem Knöpfedrücken. Jedoch wird dies nicht, wie im Original, begleitet von präzisen, mit Fachausdrücken versehenen Erläuterungen, sondern durch den endlos wiederholten Salm »Wie, watt, was hast du gesagt, und wie oder warum und wo, weshalb und wieso überhaupt...« *SiW* führt das Muster des souveränen, über die Technik als Werkzeug gebietenden Subjekts ad absurdum und präsentiert den Menschen als sinnloses Anhängsel der Maschine.

Eine weitere über ihr Verhältnis zur Technik bestimmte Figur in *TNG* ist der Androide Data. Dieser scheinbar so menschliche Roboter wird wiederholt zur Exemplifikation anthropologischer und metaphysischer Fragen herangezogen: Was ist der Mensch? Was macht menschliches Bewusstsein aus? Was sind Emotionen? (Fritsch, Lindwedel, Schärfl 69–71; Becker 121–138) Datas Schwierigkeiten mit menschlichen Phänomenen wie Humor, Poesie oder Sexualität werden wiederholt zum Thema der Serie. Ähnlich wie der sprichwörtlich gewordene Mr. Spock der Vorgängerserie versucht Data jedem Problem mit Mitteln der rationalen Berechnung zu begegnen, worin er treffend den Typus der menschlichen Rechenmaschine verkörpert. Sein Gesichtsausdruck ist von Überlegenheit geprägt, seine Augen zeigen (dank eingefärbter Kontaktlinsen) einen kalten Glanz. In *SiW* wird dies im Rahmen einer Extrapolation/Kontrastierung parodiert. Data fungiert hier als eine *Ver*-Rechenmaschine. Der Vorspann charakterisiert ihn als einen Androiden, »der mit seiner 1Bit-Speicherkapazität jede einstellige Addition innerhalb von drei Stunden garantiert falsch lösen kann« (*Planet der Klone*). Seine ratlose Befremdung gegenüber spezifisch-menschlichen Regungen wird in *SiW* zur völligen Willkürlichkeit im zwischenmenschlichen Verhalten extrapoliert. Er wechselt in unvorhersehbarer Weise seinen Sprachduktus und damit seine Persönlichkeit. Mal glänzt er mit ungewöhnlich sachlichen Bemerkungen, mal entwickelt er gänzlich absurde Ideen, mal reagiert er auf Ansprache mit bemerkenswert surrealen Antworten: »Ey, bleib mal ruhig. Ich hab' eh nur noch Lust, Pizza und ganz viel Wurst zu essen« (*Illusion und Wirklichkeit*).

Wie ist diese Transformation der Originalcharaktere im Hinblick auf *SiW* als Erzeugnis aus dem *TNG*-Fandom zu werten? Jenkins hat auf die hohe persönliche Bedeutung hingewiesen, die fiktionale Charaktere für den Fan gewinnen können: »Fans seemingly blur the boundaries between fact and fiction, speaking of characters as if they had an existence apart from their textual manifestations, entering into the realm of the fiction as if it were a tangible place they can inhabit and explore« (18). Den fiktionalen Figuren kann hierbei eine wichtige Orientierungsfunktion zukommen, wie Merzbach aus medienpädagogischer Perspektive unter dem Stichwort der »Science Fiction-Serie als Lehrstück und Leitbild« (114) beschrieben hat. Allerdings gestaltet sich die Beziehung vom Fan zum fiktionalen »Leitbild« keineswegs als eine der passiven und autoritätshörigen Konsumption, sondern, wie Jenkins wiederholt betont hat (86–119), als eine der kreativen Interaktion. Ausschlaggebend ist der »emotional realism« der fiktionalen Figuren, der aktiv zwischen den Angeboten der Serienproduzenten und den Anforderungen der Rezipienten ausgehandelt wird. »Such a blurring of fact and fiction becomes acceptable not because a fan is unable to separate the two but rather because the notion of »emotional realism« implies the applicability of the programs content to real-world situations« (Jenkins 116). »Emotional realism« wird seitens der Fans aktiv von *TNG* eingefordert und gegebenenfalls auch gegen als inkonsistent empfundene Entscheidungen der Serienproduzenten verteidigt (Jenkins 103). Fanpraktiken wie Fanfiction, Fanart und Vidding lassen sich als Teil dieses Aushandlungsprozesses zwischen »textual proximity« und »critical distance« (Jenkins 115) begreifen, und auch *SiW* kann in diesem Rahmen verortet werden. In diesem Sinne fungieren die *SiW*-typischen ironischen Inversionen (Hutcheon 6) als Aushandlungsflächen in Bezug auf die Frage, ob das Bildmaterial gewisse Inhalte tatsächlich zu tragen vermag, kurz: als aussagekräftige Testfälle des »emotional realism«.

Gestaltung der Dialoge

Formale Analyse

Auch in Bezug auf die Dialoge unterliegt das optische Ausgangsmaterial einer Funktionsmutation aufgrund neu hinzugefügter sprachlicher Zeichen. Eine »Fallhöhe« zwischen Bild und Text lässt sich auf mindestens drei unterschiedlichen Ebenen ausmachen.

Die Dialoge in *SiW* drehen sich vorwiegend um banale Themen. Gespräche werden mit ernstem Gesichtsausdruck geführt, entwickeln sich jedoch aus nichtigen Anlässen und kommen zu keinerlei Ergebnis. Ein prägnantes Beispiel ist der bemerkenswert redundante Dialog über die Vorzüge schwarzen Kaffees zwischen Picard und Dr. Crusher in der Episode *Das fehlende Fragment*. Dieses Verfahren kommt wiederholt zum Einsatz: Ein nebensächliches Bildzeichen wird aufgegriffen, umgedeutet und ins Zentrum des Dialogs gestellt. Dabei ergibt sich eine Diskrepanz zwischen der Banalität der Gesprächsinhalte und der bedeutungsschwangeren Aufladung der Bildebene: formelle Gesprächssituation, die ernste Gespanntheit der Gesichter, die bedeutungsvollen Gesten der Figuren usw. Dieses parodistische Verfahren, das eine Veränderung des Bedeutsamkeitsgrades optischer Zeichen innerhalb der Narration bewirkt, bezeichne ich als *bedeutungsökonomische Verschiebung*.

Des Weiteren entwickelt *SiW* eine starke Diskrepanz zwischen der räumlichen Ausdehnung der Bildwelt und der lebensweltlichen Dimension der Dialoge. Während die Bilder »unendliche Weiten« des Weltraums präsentieren, bleiben die Gesprächsthemen durchweg von einem provinziellen Duktus getragen: Wie gelangen wir zur nächsten Kneipe? Kommt das Raumschiff über den TÜV? Da sich diese Gespräche formal wie inhaltlich in ihrer Größenordnung von der sichtbaren Bildwelt abheben, soll dieses Verfahren als *proportionale Verschiebung* bezeichnet werden. Ins Auge fällt hierbei der regional-spezifische Charakter: Neben nationalen Eigenheiten wie dem TÜV wird etwa die Siegener Gaststätte *Biertunnel* zitiert (*Versuchskaninchen*). Dies korrespondiert mit der häufigen Verwendung von Akzenten und lokalen Dialekten, bevorzugt dem Siegerländischen.

Schließlich ist der Kontrast zwischen betont »sauberen« Bildern und der »schmutzigen« Sprache anzuführen. Das Bildmaterial präsen-

tiert sich in jeder Hinsicht ordentlich, sowohl was die Innenausstattung der Enterprise, das Design der Uniformen und Accessoires, die Frisuren und das Make-up der Charaktere angeht, als auch in Bezug auf die filmischen Stilmittel, die in sauberen Bildkadrern, sanften Kamerafahrten, gleichmäßiger Ausleuchtung der Szenerie und im »unsichtbaren« *continuity editing* bestehen. Dem gegenüber stehen die obszönen Dialoge, die sich vornehmlich um »saufen«, »ficken« und »in die Fresse hauen« drehen. Dies soll als *soziolektale Verschiebung* bezeichnet werden.

Derartige Verfahren, die sich unter dem Stichwort der Profanierung zusammenfassen lassen, zählen sicherlich zum traditionellen Formenrepertoire der Parodie und sind für sich genommen nicht weiter bemerkenswert. Allerdings fällt ins Auge, dass durch die Profanierung ein Spannungsverhältnis aufgebaut wird zwischen der utopischen (Merzbach 8) Bedeutungs- und Bilderwelt von *TNG* einerseits und andererseits der alltäglichen, regional eingebundenen und in »kosmischer« Perspektive reichlich ordinär erscheinenden, kurzum: profanen Lebenswelt, wie sie sich für die meisten *TNG*-Zuschauer wohl real darstellt. Dieses aufschlussreiche Spannungsfeld muss an dieser Stelle für die pragmatische Analyse vorgemerkt werden.

Zunächst ist ein weiteres formales Verfahren anzuführen, das eine deutlich autoreflexive Komponente aufweist. Jeder *SiW*-Charakter wird durch spezielle sprachliche Marker gekennzeichnet, die sowohl inhaltlicher wie performativer Natur sind. So lassen sich Picard und Riker in *SiW* klar voneinander unterscheiden, obwohl sie vom gleichen Sprecher (Peter M.) vertont wurden, denn Picard spricht mit harter Stimme und hat die markante Angewohnheit, seine Mitmenschen unabhängig von Alter, Geschlecht und Anzahl als »Junge« anzureden, während Riker eine larmoyante Sprechweise pflegt und über eigene charakteristische Sprachwendungen verfügt (»Raff ich net!«; »Ich will jetzt' auch ma' Captain sein.«). Dieses Verfahren einer *sprachlichen Markierung* scheint zunächst durch Sprechermangel bedingt. Bemerkenswert ist allerdings, dass die Zuordnung spezifischer sprachlicher Marker einen autoreflexiven Einschlag erhält. Die *SiW*-Produzenten topikalisieren ihre Option, das zugrundeliegende Bildmaterial grundsätzlich *auf beliebige Weise* mit ihren Stimmen vertonen

zu können, mehrfach explizit und gewinnen darin zusätzliche Möglichkeiten für komische Verwicklungen.

Eine Form der indirekten Autoreflexion findet sich bei der Figur LaForge, der das sprachliche Markierungsverfahren durch extreme Übertreibung ad absurdum führt. Sein Dialogtext besteht fast ausschließlich aus ständiger Wiederholung und Variation der Fragen »oder wie, oder watt, was hast du gesagt, und wie oder warum und wo, weshalb und wieso überhaupt...« So kommt ein Wiederholungseffekt zustande, der auf enervierende Weise den artifiziellen Charakter der sprachlichen Markierung herausstellt.

Ein kunstvolleres Verfahren verdeutlicht Data, dessen Sprachchip in *SiW* defekt ist. Er *wechselt* immerzu seine sprachlichen Marker. Manchmal verständigt er sich mit grobem bairischem Dialekt, manchmal in einem gewählten Deutsch mit niederländischem Akzent, und auch mehrere hochdeutsche Stimmen sowie das *SiW*-obligate Siegerländisch stehen ihm zur Verfügung. In *Das fehlende Fragment* springt er elegant vom Siegerländischen ins Niederländisch-Deutsche mit der Bemerkung: »Eine kleine Sprachänderung meinerseits sollte Sie nicht irritieren.« Am Ende von *Der Remulaner* lässt sich Data von LaForge dessen endloses »Oder wie, oder watt, und warum überhaupt...«-Mantra beibringen, er *okkupiert* also gezielt die sprachlichen Marker einer anderen Figur.

Auf eindrucklichste Weise führt eine Szene in *Planet der Klone* die prinzipielle Willkürlichkeit der sprachlichen Markierung vor Augen. Picard »telefoniert« über den großen Bildschirm auf der Brücke mit einer Person namens Karl Squell. Unvermittelt kommt Picard auf die Kunst des Stimmen-Imitierens zu sprechen und wechselt noch im gleichen Satz zuerst in den Sprachduktus von Riker, kurz darauf in den von Daniel. Karl Squell antwortet ihm, dass er mit dieser Fähigkeit auch dienen könne und schließt seinen Satz mit einer Gewaltandrohung, die exakt der Sprechweise von Picard entspricht. Dieser nickt daraufhin anerkennend. Riker hingegen zeigt sich unbeeindruckt und brummelt vor sich hin, dass Stimmenimitation nichts Besonderes sei. Er beendet seinen Satz mit »oder wie, oder watt, oder wer?«, wie es LaForges Sprachcode entspricht. Sprachliche Markierungen werden also zum direkten Gegenstand einer autoreflexiven Parodie.

In der autoreflexiven Spielerei entwickeln die *SiW*-Produzenten eine Form des parodistischen Humors, der weniger auf das konkrete Bildmaterial, sondern vielmehr auf die medialen Konstruktionsprinzipien des narrativen Films abhebt, in diesem Fall das konventionelle Mittel der Assoziation eines spezifischen Sprachcodes mit einer Figur.

Pragmatische Analyse

In welchem Verhältnis stehen die *SiW*-Dialoge zu den Dialogen der Originalserie und zum Serienkosmos *TNG*? Bereits eine oberflächliche Sichtung von *TNG* zeigt, dass sich die Serie weniger einem politischen oder wissenschaftlichen Einzeldiskurs verpflichtet fühlt, sondern eher einer diffusen »Grundeinstellung«, die geprägt ist von ethischen Idealen und dem Glauben an das Gute im Menschen, einem allgemein humanistischen Ethos also (Fritsch, Lindwedel, Schärfl 154–155; Merzbach 95).

Im Mittelpunkt von *TNG* steht das menschliche (respektive außerirdische) Individuum. Der Mensch wird als souveränes Subjekt aufgefasst, das Entscheidungen trifft und den Lauf der Ereignisse bestimmt. Auf individuelle Freiheit wird ausdrücklich Wert gelegt. Zwischen Einzelpersonen wie zwischen Kulturen gilt das Toleranzgebot. Aus Effizienzgründen ist die Crew streng hierarchisch strukturiert (Merzbach 183). Besatzungsinterne Konflikte können durch offene Verständigung ausgeräumt werden, da sich die Figuren mit Achtung und Toleranz begegnen. Machtmissbrauch durch hochrangige Personen ist selten. Obgleich die Enterprise mit erstaunlichen technischen Spielereien ausgestattet ist, wird die Technik niemals als Selbstzweck vorgestellt, sondern bedarf der menschlichen Führung. In diesem Sinne präsentiert *TNG* keine Science Fiction im Wortsinne, denn trotz der naturwissenschaftlichen Sorgfalt, der sich die Drehbuchautoren durchaus verpflichtet fühlen, steht die Technik nicht im Mittelpunkt. Vielmehr handelt es sich um eine technikphilosophische Utopie, in der die Technologie als rechtmäßiges Werkzeug des menschlichen Subjekts fungiert und sich ihre ethische Wertigkeit vorrangig am Benutzer bemisst.

Die Parodie präsentiert einen radikalen Gegenentwurf. Bei *SiW* zählt das menschliche Individuum nichts. Die Dialoge sind von Menschenverachtung gekennzeichnet. Zumeist streben die Figuren keinen kommunikativen Austausch an, sondern beschimpfen sich oder drohen einander Gewalt an. Auch von interkultureller Toleranz kann keine Rede sein: In *Nocheinmal Daniel* echauffiert sich Data darüber, dass man es immer mit »so extrem hässlichen Viechern« (d.h. außerirdischen Völkern) zu tun habe, und auch Picard tendiert dazu, Außerirdische als »Kotzfresse« anzureden. Die hierarchische Organisation der Enterprise-Besatzung resultiert im Chaos. Rikers Frustration über seine untergeordnete Stellung führt zu ständigen Problemen. Weiterhin ergeben sich widersinnige Dialoge, da die Figuren einander nach Dienstgrad anreden, jedoch gegenläufige Sprechakte vollziehen, etwa wenn Data den Captain beschimpft: »Schau' dir das jetzt da mal an du Sau, Sir« (*Illusion oder Wirklichkeit*).

Die Technologie ist bei *SiW* sowohl Mysterium als auch Quelle von Verwirrung. Bordingenieur LaForge erscheint als konfuser Sklave seiner Maschinen. Die Mannschaft demonstriert wiederholt ihren technischen Unverstand, etwa wenn sie in *Darmok* auf den Gedanken verfällt, vom Raumschiff aus eine Strickleiter zum Planeten herab zu lassen.

Von zentraler Bedeutung ist, dass die *SiW*-Produzenten nicht allein ein parodistisches Spiegelbild des TNG-Ethos präsentieren, sondern *identisches* Bildmaterials zur Konstruktion einer *ethisch gegensätzlichen* Welt heranziehen. Hierin ist der Humor von *SiW* nicht nur parodistisch, sondern dekonstruktiv. Gerade dadurch, dass *SiW* die Willkürlichkeit der filmisch konstruierten Sinnoberfläche aufzeigt, ermöglicht es die Parodie, eine kritische Distanz zu den im Original präsentierten Konstellationen einzunehmen.

Ausgehend von der Annahme, dass *SiW* als Erzeugnis des TNG-Fandoms keineswegs auf eine Demontage des Originals abzielt, wie ist diese kritische Distanz zu werten? Die oben umrissenen Profanierungstechniken geben hier einen entscheidenden Hinweis. Jenkins hat betont, dass eine zentrale Funktion der Fandom-Kreativität darin liegt, eine Verknüpfung zwischen den Medieninhalten und der eigenen Lebenswelt herzustellen: »Only by integrating media content back into their everyday lives, only by close engagement with its me-

aning and materials, can fans fully consume the fiction and make it an active resource« (62). Ein solcher Transferprozess läuft naturgemäß spannungsreich ab und hat im Falle von fantastischen Inhalten im Sinne von *TNG* wohl verstärkt mit der nicht schließbaren Lücke zwischen Serienkosmos und Alltag zu kämpfen. Die metafiktionale Topikalisierung eben dieser Kluft kann als eine naheliegende Strategie eingestuft werden. In diesem Zusammenhang erschließt sich auch die regionale Spezifität der Parodie, denn zum einen wird hierdurch der Kontrast zwischen Medieninhalt und Alltag behandelt, zum anderen verweist sie direkt auf eine spezifische Gemeinschaft von Fans innerhalb eines Kultur- und Sprachraums. Nach Dwight Macdonald fußt jede gute Parodie auf einer »peculiar combination of sophistication and provinciality, [...] the latter because the audience must be homogeneous enough to get the point« (zitiert nach Hutcheon 27). Eine kritische Haltung zur Originalserie ist hierbei unter Fans nicht ungewöhnlich. Laut Jenkins widersprechen sich wertschätzende und kritische Haltung keineswegs: »[P]aradoxically, the closeness the fans feel toward narratives and characters motivates their extensive reworking and reappropriation of those materials« (66). Der spezifische Humor der Fundub ermöglicht hierbei eine Form der Kritik, die zugleich äußerst präzise wie spielerisch verfährt und damit einen Gegenpol zu einer Ideologiekritik »von außen« zu bieten vermag, die immer Gefahr läuft, die Fans in ihrer Affektion für die Serie nicht ernst zu nehmen und ihnen den Status des kritischen Subjekts abzusprechen.

Konstruktion von Handlungsverläufen

Formale Analyse

Die Handlungen der Ausgangsepisoden wurden weitgehend ignoriert und durch neue narrative Strukturen ersetzt. Dabei gingen die Produzenten weder nach einem vorgefassten Plan noch zwingend nach Maßgaben einer sinnvollen Verknüpfung von Ereignissen vor:

Wir haben uns bewusst immer nur 4–5 Minuten der jeweiligen Folge im Voraus angesehen, damit man in etwa wusste wie es weiterging. Mehr als 5 Minuten fertige Szenen hat man auch eigentlich nie geschafft. [...] Wir haben uns das [sic] was wir gemacht haben am Ende der Sitzung angesehen. Manchmal auch die Folge von Anfang an. Man sollte sich nicht zu spät in der Folge festlegen um welchen sinnlosen Unsinn es gehen soll, dann ergibt sich der rote Faden von selbst. (Satre).

Wie der Titel der Serie bereits nahe legt, lässt sich das dabei entstehende Erzeugnis als radikale Sinnentleerung des verwendeten Filmmaterials auffassen. Jedoch handelt es sich bei dem Endprodukt keineswegs um ein sinnleeres Erzeugnis, vielmehr wird ein subversiver Widersinn etabliert. Dies lässt sich anhand eines Spannungsverhältnisses zwischen *sichtbaren* und *unsichtbaren* Ereignissen aufzeigen.

In *Das fehlende Fragment* etwa wird anhand des Bildmaterials eine Handlung konstruiert, deren zentrales Ereignis – ein Mofarennen zwischen den Vertretern verschiedener Weltraumvölker – gänzlich unsichtbar bleibt. Selbst ein Zuschauer mit geringer Genrekenntnis wird von Anfang an vermuten, dass in der gesamten Folge kein Mofa zu sehen sein wird, da Mofas nicht der Erzählwelt von *TNG* entsprechen. Nichtsdestotrotz gelingt es den Produzenten glaubhaft, das Mofarennen als den Höhepunkt der Episode zu suggerieren. Dies erfolgt mithilfe diverser narrativer Techniken, die ausschließlich über den Dialog zur Anwendung kommen. Erstmals wird das Rennen zu Beginn der Episode von Picards Vater erwähnt, der es sogleich durch einen hohen Wetteinsatz mit großer Bedeutung auflädt. Dies wird verstärkt, da der Vater kurz darauf stirbt und seinem Sohn auf dem Totenbett zuraunt: »Du musst das Renne gewinnen!« Nachdem Picard einen Identitätskonflikt durchläuft und sich schließlich zur Teilnahme entschieden hat, dreht sich der Rest der Episode um die strapaziösen Vorbereitungen für das Rennen. Hierin zitiert *SiW* etliche Klischees der Filmnarration, die gekonnt auf die Bilder montiert werden und sämtliche Bedeutungslinien der Narration auf das zentrale Ereignis hin ausrichten. Dieses findet schließlich statt, Picard wird zum Sieger gekürt – allein, das Rennen bleibt für uns unsichtbar, es findet *off-screen* statt. Dieses Verfahren des narrativen Einschubs eines neuen Ereignisses, wie es sich bei *SiW* häufig in Mikro- und Makrostruktur findet, soll als *Off-Screen-Fuge* bezeichnet werden.

Als Parodie zeichnet sich *SiW* gerade dadurch aus, dass die neue Handlung zwar mit den gegebenen optischen Zeichen spielt, ihnen aber gleichzeitig zuwiderläuft. Wäre die Handlung passgenau auf die Bilder montiert, bliebe der parodistische Effekt aus, den gerade die Brüche zwischen Bild- und Tonebene kreieren. Außerdem lässt sich wiederum ein autoreflexives Moment ausmachen, das auf die Konstruktionsprinzipien des Mediums abzielt. Qua Dialogtext werden gezielt Ereignisse generiert, die eine parodistische Distanz zu den Bildern einnehmen oder sich sogar soweit von ihnen entfernen, dass erstere keine sichtbare Komponente mehr aufweisen. Dadurch werden die Willkürlichkeit und artifizielle Natur derjenigen Verfahren deutlich, welche die Narrativität im Medium Film erst gewährleisten.

Pragmatische Analyse

Die *SiW*-Produzenten behalten zumeist die Titel der *TNG*-Episoden bei. So gibt es etwa sowohl eine *TNG*-Episode wie auch eine *SiW*-Folge mit dem Namen *Versuchskaninchen*, die beide in engem intertextuellen Verhältnis stehen. Die Originalepisode erzählt ein an persönlichen Konflikten reiches Kammerspiel, das sich teils in einer Zelle abspielt, in der sich der entführte Picard mit außerirdischen Mitgefangenen konfrontiert sieht. Zum anderen spielt sie an Bord der Enterprise, wo Picard einstweilen durch einen Doppelgänger ersetzt wurde, der die Crew durch seinen unverantwortlichen Führungsstil zur Meuterei veranlasst. Am Ende entpuppt sich alles als ein Experiment mysteriöser Aliens, die das Konfliktverhalten von Captain und Besatzung testen wollen.

In der *SiW*-Fassung erfahren die zentralen Handlungselemente eine proportionale Verschiebung. Aus dem sozialwissenschaftlichen Experiment wird eine Testvorrichtung für Himbeerbonbons, die Alien-Wissenschaftler treten als »Die Heinzelmänner« (namentlich: Heinz, Heinz und Heinz) auf, wodurch das Experiment wie auch die Aliens ihren bedrohlichen Charakter verlieren. Ähnlich verhält es sich mit dem Doppelgänger-Captain: Er manövriert das Raumschiff nicht in die Nähe eines zerstörerischen Pulsars, sondern zur nächsten

Weltraumkneipe. Abgesehen von diesen Verschiebungen bleibt die grobmaschige Handlungsstruktur erhalten.

Abweichungen zeigen sich in den Details. Eine bedeutungsökonomische Verschiebung einiger nebensächlicher Aspekte der Handlung ist zu nennen. Der Nahrungsspender nimmt in der Originalfolge *Versuchskaninchen* keine prominente Rolle ein und dient vornehmlich als zusätzlicher Konfliktherd. In der *SiW*-Version wird er zum zentralen Element, denn er liefert die Himbeerbonbons, die im Mittelpunkt des Experiments stehen. Ähnlich verhält es sich mit dem »Saufen«. Das Bildmaterial liefert etliche Szenen, das die Figuren beim Getränkekonsum zeigt: die Offiziere am Pokertisch, die Mannschaft im Schiffskasino, das Rendezvous von Picard und Crusher sowie die konspirative Sitzung der Meuterer. Bei *SiW* wird dieses Detail derart aufgeladen, dass sich die Dialoge der Szenen und die Handlung der gesamten Episode ums »Saufen« drehen.

Auffällig ist, dass die *SiW*-Produzenten bevorzugt solche Details einer bedeutungsökonomischen Aufwertung unterziehen, die mit genussvoller Konsumption zu tun haben (Bonbons, alkoholische Getränke, in anderen Episoden: Rauschdrogen). Eine Erklärung hierfür liefert die Tendenz von *TNG*, eine saubere, geordnete und affektarme Oberfläche zu präsentieren, wodurch sämtliche Akte der Leidenschaft, des Genusses und der Körperlichkeit ausgeklammert oder an den Rand gestellt werden. In *SiW* werden solche abgedrängten Topoi vom Rande her aufgegriffen und ins Zentrum gerückt. Ähnliches gilt auch für die Thematisierung des Fehlens sanitärer Anlagen auf der Enterprise in *Planet der Klone*, die eine erzählweltliche Leerstelle der Originalserie schlagartig sichtbar macht, genau wie *Versuchskaninchen* dem Zuschauer erstmals verdeutlichen mag, wie häufig alkoholische Getränke tatsächlich in der Originalserie konsumiert werden, ohne dass dies im Dialog thematisiert würde.

Diese Verfahren setzen klassische Fandom-Praktiken mit ironischer Wendung fort. Die genaue Beobachtung von Figuren und Handlungsverläufen auf der Mikro-Ebene gehört zum konzentrierten »re-reading«, dem viele Fans aktiv nachgehen (Jenkins 72), genau wie die Suche nach Nebensächlichkeiten, die als potenzielle Indikatoren verborgener Bedeutungen in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit gerückt werden und damit eine bedeutungsökonomische Aufwertung

erfahren (Jenkins 79). Auch ist die Spekulation darüber, was sich schlüssigerweise außerhalb der gezeigten Handlung (also *off-screen*) ereignen mag, ein wiederkehrender Topos von Fandiskussionen (Jenkins 101–103). Jenkins argumentiert, dass »repeat viewers play with the rough spots of the text – its narrative gaps, its excess details, its loose ends and contradictions – in order to find openings for the fans' elaborations of its world and speculations about characters« (74).

Fazit und Ausblick

Die Anlage eines erweiterten Parodiebegriffs im Sinne von Hutcheon kann einen wesentlichen Beitrag zum Verständnis der Fundub in ihrer spezifischen Doppelstruktur leisten. Auf formaler Ebene lässt sich eine Kontrastierung (Antiphrasis) des Ausgangsstoffs nachweisen, der zugleich auf pragmatischer Ebene einer Evaluierung unterzogen wird (Hutcheon 54). Da die Fundub den Ausgangsstoff in Form des originalen Bildmaterials auf unmittelbare Weise in die Parodie einbindet, ergibt sich die Möglichkeit einer besonders direkten Abarbeitung am Material. Durch die formal bedingte Amalgamierung von Original und Parodie in der Fundub ergeben sich neue Lesarten der Bildspur. Dadurch wird ein anschaulicher Aufweis darüber erbracht, wie willkürlich die Ausdeutung optischer und akustischer Signale im Ursprungsmaterial – genau wie generell im filmischen Medium – tatsächlich verläuft. Die Ursprungsserie *TNG* erweist sich darin nicht nur als das artifizielle Produkt, welches jede Fiktion bekanntlich ist, sondern offenbart darüber hinaus empfindliche Einblicke in ihre diskursive Bauweise. Dies ermöglicht dem Fan eine kritische Distanz zu *TNG* einzunehmen, ohne dabei seinen Status als Fan aufgeben zu müssen. Der Genuss an *TNG* wird dabei nicht zwingend vermindert, sondern möglicherweise noch verstärkt, da der Zuschauer nun über ein erweitertes Repertoire an Verständnis- und Referenzmöglichkeiten verfügt (Hutcheon 94), die zudem humoristisch rückgebunden sind.

In diesem Sinne lässt sich *SiW* auch als eine Ideologiekritik des *TNG*-Kosmos lesen, die sich nicht in inhaltlichen Positionen verfängt. Denn wer wollte schon ernsthaft die philanthropische Toleranzbotschaft, wie sie *TNG* vermitteln möchte, auf inhaltlicher Ebene anfechten? Das Problem liegt, wie so häufig, im Ununterscheidbarkeitsbereich zwischen Inhalt und Form, namentlich im *Gestus*, mit dem sich *TNG* in Szene setzt. An genau diesem Punkt setzt *SiW* an und leistet eine kritische Weiterverarbeitung der Bilder.

Der Umstand, dass sich die parodistische Praxis so nahtlos in den Bereich der Fankreativität eingliedern lässt, mag in einer engen strukturellen Verwandtschaft beider Phänomene begründet sein. Beide sind vom gleichen Spannungsfeld gekennzeichnet: Während die Parodie auf dem paradoxen Unternehmen beruht, das Hutcheon als »inscribing continuity while permitting critical distance« (20) beschreibt, ereignen sich Fanpraktiken analog dazu in einem »liminal movement between a relationship of intense proximity and one of more ironic distance« (Jenkins 73). In diesem Sinne hat die vorliegende Studie ein interessantes Nebenresultat abgeworfen: Es hat sich gezeigt, wie bedeutsam Strategien der Parodie und des Humors für die Kreativität innerhalb von Fandoms sein können – ein Aspekt, der bislang in der Fanforschung mit ihrem Fokus auf stärker kontinuierlichen Praktiken zu kurz gekommen sein mag.

Sicherlich lassen sich etliche Vorwürfe an *SiW* formulieren. Ohne Zweifel präsentiert sich die Serie als genauso gewaltverherrlichend, sexistisch und menschenverachtend wie ermüdend und langweilig. Darauf ist zu antworten, dass es den *SiW*-Produzenten immerhin gelingt, die Menschenverachtung, den Sexismus, die latente Gewalt und auch die Dämlichkeit aus dem originalen Bildmaterial der Serie *TNG* herauszudestillieren. Es lässt sich nicht rundheraus zurückweisen, dass sie dort bereits in der einen oder anderen Form vorhanden waren. Jean-Luc Picard stellt auch im Original eine »fiese Fresse« zur Schau.

Literatur

- Bailey, J. Michael. *The Man Who Would Be Queen: The Science of Gender-Bending and Transsexualism*. Washington: Joseph Henry Press, 2003.
- Becker, Gregor. *Star Trek und Philosophie: Die edleren Seiten unseres Wesens: Philosophische Aspekte einer Kultserie*. Marburg: Tectum, 2000.
- Cuntz-Leng, Vera. Vidding. www.filmlexikon.uni-kiel.de (17. Mär. 2014).
- Fritsch, Matthias, Martin Lindwedel und Thomas Schärfl. *Wo nie zuvor ein Mensch gewesen ist: Science-Fiction-Filme: Angewandte Philosophie und Theologie*. Regensburg: Pustet, 2003.
- Hutcheon, Linda. *A Theory of Parody: The Teachings of Twentieth-Century Art Forms*. Urbana: University of Illinois Press, 2001.
- Gehring, Wes D. *Parody as Film Genre: »Never Give a Saga an Even Break«*. Westport: Greenwood, 1999.
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.
- Merzbach, Sven. Voortrekking Utopia: Geistesgeschichtliche Bezüge, Sozio-kulturelle Phänomene, Pädagogische Aspekte der Fernsehserie STAR TREK. Diss. Universität Hamburg, 2005.
- Weidhase, Helmut. Parodie. *Metzler Literatur Lexikon: Begriffe und Definitionen*. Eds. Günther und Irmgard Schweikle, 342–343. Stuttgart: Metzler, 1990.
- Rauscher, Andreas. *Das Phänomen Star Trek: Virtuelle Räume und metaphorische Weiten*. Mainz: Ventil, 2003.
- Satre. Ein Blick hinter die Kulissen. www.satre-synchron.de (17. Mär. 2014).
- Wenzel, Sebastian. Sinnlos im Weltraum, 12. Jan. 2003. www.satre-synchron.de (17. Mär. 2014).

Unternehmerische Fans: Eine kulturwirtschaftliche Perspektive auf fankulturelle Aktivität im digitalen Zeitalter¹

Sophie G. Einwächter

People can make enterprises out of enthusiasms. One moment you're a fan: next you're signing autographs. (Hartley 22).

Aus Begeisterung für einen Gegenstand kann unternehmerische Tätigkeit entstehen, und diese mag zuweilen von beachtlichem Erfolg gekrönt werden. Diese Beobachtung trifft John Hartley, ein Professor für Kulturwirtschaft und Innovation. Sie hätte aber auch ein Fanforschender tätigen können, so argumentiert der vorliegende Aufsatz und stellt Beispiele fankultureller unternehmerischer Formen vor sowie Möglichkeiten, diese innerhalb eines kulturwirtschaftlichen Bezugsrahmens zu theoretisieren. Die Argumentation bedient sich der Definition von Roose, Schäfer und Schmidt-Lux, nach der Fans »Menschen [sind], die längerfristig eine leidenschaftliche Beziehung zu einem für sie externen, öffentlichen, entweder personalen, kollektiven, gegenständlichen oder abstrakten Fanobjekt haben und in die emotionale Beziehung zu diesem Objekt Zeit und/oder Geld investieren« [H.i.O.] (12). Um Einblick in die organisatorischen und ökonomischen Bedingungen ihres Handelns zu erhalten, habe ich qualitative Experten-Interviews mit besonders aktiven Fans geführt, die Webseiten, Fanfiction oder Videos erstellen und anderen zugänglich machen. Ich zitiere im Folgenden aus diesen Gesprächen sowie aus ethnografischen Auswertungen einschlägiger Fansseiten. Anhand dieses Materials stellt der vorliegende Aufsatz drei

¹ Die im Folgenden angeführten Beispiele entstammen der Untersuchung internet-gestützter Fanggemeinschaften, die ich für meine Dissertation vorgenommen habe. Der vorliegende Aufsatz fasst Erkenntnisse eines Kapitels zusammen; die Arbeit wurde 2013 verteidigt und erscheint im Sommer 2014 online (*Transformationen von Fankultur*).

Typen unternehmerischer Fans vor – Innovatoren, Infopreneure und Fan-Stars – und beleuchtet die organisatorischen Bedingungen ihres Handelns sowie mögliche Motivationen, die diesem zugrunde liegen.

Die digitale Transformation von Fankultur

Die Verbreitung digitaler Kommunikationstechnologie und die Etablierung globaler Mediennetzwerke haben eine grundlegende Veränderung von Fankultur bewirkt. Fankulturelle Aktivität ist zum konsumkulturellen Massenphänomen und für Außenstehende sichtbarer geworden; beide Aspekte lassen Fans auch in ökonomischer Hinsicht neue Bedeutung zukommen. In einem Exkurs seiner Publikation *Widerstand im Netz* kennzeichnet Rainer Winter im Jahr 2010 die »digitale Transformation von Fankultur« wie folgt: »Die neuen, auf Interaktion und Partizipation angelegten digitalen Medien verwischen [...] die Grenzen zwischen ›Produktion und Rezeption als Kommunikationsmomente, als institutionalisierte Formen von Praxis und als Forschungsfelder‹ zunehmend« (82). Winter beschäftigt sich bereits 1995 in seiner einschlägigen Dissertation *Der produktive Zuschauer* ausführlich mit fankulturellen Praktiken. Anders als der Titel vielleicht vermuten ließe, geht es ihm darin aber nicht um eine wirtschaftliche Dimension von Fantätigkeiten. Die Produktivität, die Winter beschreibt, ist vielmehr eine textuelle, ausdrucksvolle, neue Bedeutungen generierende (222). Damit entspricht seine Arbeit einem lange Zeit vorherrschenden Konsens der Cultural Studies, den Einfluss von Fans abseits von oder parallel zu einer wertschöpfenden »offiziellen« Wirtschaft zu verorten. John Fiske spricht etwa 1992 in diesem Zusammenhang von einer »shadow cultural economy« (30) von Fans, die zwar auf Conventions selbsterstellte Güter wie Fankunst oder Merchandise verkauften, damit aber keine nennenswerten ökonomischen Werte generierten, und dies auch nur innerhalb geschlossener, rein fankultureller Räume täten. Eine solche hermetische Situation ist jedoch dem analogen Zeitalter zuzuordnen. Zwar erfreuen sich Conventions immer noch großer Beliebtheit; online öffnen sich fankulturelle Sphären jedoch einem weiter gefassten Publikum,

in dem beispielsweise unterschiedliche Fangruppen aufeinandertreffen (Coppa 56). Beliebte soziale Medienplattformen und Netzwerke werden gleichermaßen von Fans wie Nicht-Fans frequentiert, wodurch ein Ineinandergreifen von Mainstream- und Nischenkulturen gefördert wird.

Fans verleihen ihrer Begeisterung für einen Gegenstand auf vielfältige Weise Ausdruck. Während ein Hauptaugenmerk der Fanstudien der letzten dreißig Jahre auf primär textbasierten Ausdrucksformen lag (zum Beispiel Fanfiction, Fanzines und auch Filksongs), so gewinnen unter digitalen medialen Bedingungen audiovisuelle (zum Beispiel Fanfilme) und interaktive (zum Beispiel Webseiten) Formate an Bedeutung. Der vorliegende Artikel untersucht letztere und stützt sich in ihrer Deutung auf die durch den Ökonom Joseph Alois Schumpeter begründete Innovationstheorie, welche eine Kombination existierender Ressourcen zu neuen Zusammenhängen als unternehmerische Handlung kennzeichnet (Schumpeter, Röpke 172). Für die Analyse von Fans getroffener Aussagen über ihr Selbstverständnis und ihre Handlungspraxis erweisen sich zudem die Äußerungen des Soziologen Ulrich Bröckling zum »unternehmerischen Selbst« sowie aktuelle Positionen der Kommunikations- und der Arbeitswissenschaft als erhellend.

Was ist fankulturelles Unternehmertum?

Fankulturelle Tätigkeit ist heutzutage in einer Kultur verortet, die Lawrence Lessig als »Read-Write-Culture« (28) bezeichnet: Es gilt auch und gerade für Amateure die prinzipielle Möglichkeit der Teilhabe an offizieller Kultur und ihrer Weiterentwicklung, da per digitaler Technologie und Verbreitung über das Internet Zugriff auf die rezipierten Medien besteht. Lessig führt dies wie folgt aus: Basierend auf existierendem kulturellem Material werde oftmals Neues geschaffen, das zuweilen gerade in der Anordnung von Versatzstücken machtvoller sei als alle ihm zugrundeliegenden Originale (71). Diese Praktiken hält der Initiator der *Creative Commons*-Initiative, einer flexiblen, lizenzenzbasierten Alternative zum geltenden Copyright, für

kulturell bedeutsam und schützenswert. Er setzt mit seinem Beitrag eine Tradition fort, die in der Kulturwissenschaft länger schon Bestand hat: Henry Jenkins stellt 1992 seine zentrale Metapher für fankulturelle Praktiken vor, das für sein Buch namensgebende *Textual Poaching*, mit dem er sich auf den Semiotiker Michel DeCerteau bezieht und Formen der kulturellen Aneignung bezeichnet. Dieses Wildern in anderen Texten ist für Jenkins ein kreativer Akt, hier werde nicht gestohlen, sondern durch Inspiration Neues geschaffen. Lawrence Lessig schließt Fankultur in seinen Ausführungen zum Phänomen des *Remix* mit ein und Abigail Derecho beschreibt in Anlehnung an Derrida die expandierenden Textkonvolute von Fans als »archontic«, als Archive schaffend und zu Erweiterungen einladend (64).

Der Gedanke der Kombination von Ressourcen zu neuem Gehalt oder Inhalt findet sich interessanterweise aber schon viel früher und führt hier zu einer unerwarteten Schlussfolgerung, nämlich im Werk des Ökonomen Joseph Alois Schumpeter, der in seiner *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* 1912 ausführlich über die wirtschaftliche Bedeutung von Neukombinationen spricht. Schumpeter identifiziert hierin das Kombinieren von vorhandenen Ressourcen zu neuen Produkten, Inhalten oder Prozessen als *unternehmerische* Handlung (172), eine Idee, die im Folgenden in Bezug auf fankulturelle Produktion illustriert werden soll.

Innovatoren

In den Jahren 2006 bis 2010 entstand die vierteilige Fantasy-Fanfilmreihe *Leuenklinge* als Resultat einer Kooperation von Fantasy-Fans und Live-Rollenspielern. Die Filme erzählen eine Abenteuergeschichte um die Charaktere einer Hexe, eines Dämonenbeschwörers, eines Söldners und eines Zwergen. Als Setting dient Aventurien, die fantastische Welt des Rollenspieluniversums *Das Schwarze Auge* (DSA). Die Macher statteten die Filmreihe mit zahlreichen Spezialeffekten aus; es gibt zudem einen kurzen Gastauftritt von Christopher Lee, der sich bei einer Begegnung mit den Beteiligten spontan hatte

überreden lassen, einen Satz für das Projekt einzusprechen. Das insgesamt etwa vierstündige Werk wurde unter der Leitung des Videojournalisten Nicolas Mendrek realisiert, der selbst Fantasy- und Science-Fiction-Fan sowie Rollenspieler ist. In einem Interview, welches ich mit Mendrek führte, äußerte er sich in Bezug auf die Umsetzung des Projekts wie folgt:

[...] die Kamera, mit der der Film gemacht wurde, [...] das ist meine Kamera, die ich für meinen Beruf sowieso nutze, jeden Tag. Und, die gleiche Kamera hat den Film aufgenommen. Die Kamera kostet mich also nichts. Wenn ich Lichttechnik brauche, dann frage ich Kollegen, wenn ich eine zweite Kamera brauche, Nebelmaschine, dann tun das auch Kollegen. Die Musik wird von jemandem gemacht, der jeden Abend zwei Stunden seine Familie vernachlässigt, um 60 Minuten pro Film auf die Beine zu stellen und der will auch nichts dafür. Die Leute, die die Pferde ankarren, haben auch den Beruf – Stuntreiter – aber das sind auch Freunde, das hat auch nichts gekostet. Die Kostüme werden von den Leuten selber gemacht, machen sie auch umsonst. Also der Film selber hat wirklich nichts gekostet, nur den zu organisieren, die Leute an den richtigen Ort zu bringen, das hat Geld gekostet. (Interview NM).

Eines wird hier besonders deutlich: Der Fanfilmer greift durchweg auf vorhandene Ressourcen zurück, um ein neues Projekt zu verwirklichen. Immer wieder werden Teile des Projekts am Rande von Live-Rollenspielen gedreht, Darsteller und Kostüme sowie mittelalterlich anmutende Drehorte können so mitgenutzt werden. Solches Vorgehen – das Kombinieren von vorhandenen Ressourcen zu neuen Zwecken – bezeichnet Schumpeter als *unternehmerisch*. Ein Unternehmer, so Schumpeter, zeichne sich dadurch aus, dass er jemand sei, »der neue Kombinationen durchsetzt« (Schumpeter, Röpke 172):

Es muss Neues geschaffen werden und dieses Neue kann zunächst, d.h. bis sein Erfolg realisiert ist, in nichts anderm bestehen als in neuen Verwendungsarten vorhandener Mittel. [...] Unser Mann der Tat entzieht einen Teil der Güter, die in der statischen Wirtschaft, von der wir ausgehen, vorhanden sind, den statischen Verwendungen, denen sie bisher regelmäßig dienten oder für die sie produziert wurden, und verwendet sie anders. Das ist es, was wir unter der Durchsetzung neuer Kombinationen verstehen. (Schumpeter, Röpke 158).

Nun mag nicht auf Anhieb einleuchten, weshalb eine für wirtschaftliche Kontexte formulierte Aussage auch für Fans Gültigkeit besitzen solle, schließlich ist Gewinnmaximierung kein erklärtes Ziel fankulturellen Schaffens. Nicht zuletzt würde ein Verfolgen wirtschaftlich orientierter Interessen die Rechtslage der meisten Fanprojekte grundlegend verändern. Nach der anglo-amerikanischen Fair-Use-Praxis, aber auch nach den Schrankenbestimmungen des deutschen Urheberrechts können Nutzung oder Aufführung bestimmter urheberrechtlich geschützter Inhalte nur dann ungeahndet bleiben, wenn sie erwiesenermaßen nicht profitorientiert sind. Dass Schumpeters Konzept sich dennoch auf fankulturelles Schaffen anwenden lässt, wird anhand einer Differenzierung deutlicher, die der Soziologe Richard Swedberg vornimmt. Er unterscheidet basierend auf Schumpeters Ansatz zwischen ökonomischem und kulturellem Unternehmertum:

[...] economic entrepreneurship primarily aims at creating something new (and profitable) in the area of the economy, while cultural entrepreneurship aims at creating something new and appreciated in the area of culture. While moneymaking is often a crucial component of cultural entrepreneurship, it does not constitute its primary focus. (Swedberg 269).

Nicolas Mendrek und seinem Filmprojekt können wir dieser Unterscheidung entsprechend klar ein »cultural entrepreneurship« attestieren, es schafft Produkte, die innerhalb einer Szene Wertschätzung erfahren, aber keinen monetären Gewinn generieren. Es gibt in der fankulturellen Sphäre aber auch Phänomene von wirtschaftlicher Bedeutung. Ein sehr bekanntes Beispiel ist gegenwärtig die sadomasochistisch-pornografische Romanreihe *Shades of Grey*. Die Autorin Erika Leonard, heute bekannt als E.L. James, früher in Fankreisen verkehrend als »Snowqueen's Icedragon«, lud vor etwa vier Jahren ihre *Twilight*-Saga-Fanfiction *Master of the Universe* auf der Plattform *fanfiction.net* hoch. Die pornografische Geschichte war dort sehr beliebt und wurde ausführlich von anderen Fans kommentiert, der Erfolg sprach sich herum, und die Autorin wurde schließlich von einem Verlag kontaktiert. Nachdem allzu offensichtliche inhaltliche Übernahmen aus den Vampirromanen getilgt worden waren, stand einem Vertrieb außerhalb fankultureller Räume nichts mehr im Wege. Wer den Ursprungstext *Twilight* kennt, findet dessen Charaktere, Orte und Motive nach wie vor in E.L. James' *Shades of Grey* vor, geringfügig

verfremdet und um die Komponente sexuell-expliziter Inhalte ergänzt. Die »neue Kombination« – *Twilight meets BDSM* – erweist sich als sehr marktauglich und wurde unlängst zum Filmfranchise adaptiert.

Infopreneurship

Mit dem Internet steht Fans ein effizienter und potenziell globaler Verbreitungsweg zur Verfügung, der ermöglicht, Informationen abseits etablierter Medien und deren Kontrolle zu veröffentlichen (Lueg 140). Dies bedingt, dass ein weiteres Umfeld unternehmerischer Tätigkeit auf Fanwebseiten anzutreffen ist. Auf diesen findet zumeist in anmeldepflichtigen Foren Austausch über das favorisierte Fanobjekt statt; auf offen zugänglichen Bereichen der Seiten gibt es darüber hinaus Informationsdienste, die aktuelle Neuigkeiten zum jeweiligen Fanobjekt veröffentlichen. Der Großteil dieser Informationen entstammt offiziellen Quellen, wie Pressemitteilungen oder Medienberichten über den Fangegenstand; es handelt sich also in den meisten Fällen um eine Form der Produkt- oder Star-Information.² Die Erstellung solcher Nachrichtendienste gehört zum üblichen Angebot heutiger Fanseiten an ihre Nutzergemeinde sowie zum Selbstverständnis ihrer Betreibenden, wie der folgende Interviewausschnitt belegt. Vorangegangen war die Frage: »Was bedeutet für euch Fanssein, wie äußert sich das... was tut ihr als Fans?«

BS: Was tun wir als Fans? Wir unterstützen das Forum und, oder arbeiten halt gerne im Forum und sind da einfach Fan. Einfach um...

SK: Neuigkeiten [zu] sammeln, News sammeln, halt, die Fakten halt [...] nicht den Klatsch. Und dann auch andere Projekte von den Schauspielern natürlich auch, die dazugehören. Was die weiterhin machen, es geht halt immer noch weiter. (Interview SS/BS/SK).

Die Auswahl der für relevant befundenen Beiträge ist zeitaufwändig und wird bei den jeweiligen Fanseiten teils von ganzen Teams verse-

² Eine qualitative wie quantitative Analyse typischer Inhalte dieser News-Sparten findet sich in *Transformationen von Fankultur*.

hen, die die Aufgabe von Redakteuren innehaben. Die individuelle Investition von Zeit liegt bei den Beteiligten zwischen einer und mehreren Stunden am Tag. Eine Interviewte zieht deshalb das Resümee, ihr eigenes Fantum leide unter der Arbeit für ein Publikum: »Momentan tu ich eigentlich mehr was für andere Fans als für mich als Fan. [...] man nimmt zwar viele Information[en] auf, aber man verarbeitet die eigentlich eher für andere als für sich selbst.« (Interview SD).

Die Betriebswirtschaftler Robert Lahm und Charles Stowe zitieren ein Konzept, das die unternehmerische Dimension dieses Vorgehens beschreibt. Es kennzeichnet die Ausübenden als »Infopreneure«, auch hier ist Schumpeters theoretisches Erbe implizit, denn beschrieben werden Geschäftspersonen, die Informationen aus verschiedenen Quellen sammeln und zu neuen Zusammenhängen kombinieren, um die Bedürfnisse einer Leserschaft zu zufriedenzustellen (Lahm, Stowe 108). Das Anliegen von Infopreneuren sei, Information zu akquirieren, zu organisieren und zu verteilen, im Sinne einer Geschäftsidee oder sogenannter Mehrwertsservices (Lahm, Stowe 108). Als letztere können die Angebote auf Fanseiten durchaus begriffen werden, denn die hier gelieferten Informationen stellen einen eindeutigen Mehrwert der Seiten dar, die ansonsten vor allem dem Austausch der Nutzer dienen. Eine befragte Administratorin versteht das Informationsangebot ihrer Fanseite als besondere Attraktion, ihre Seite sei beliebter als andere, weil sie immer »die neuesten Neuigkeiten« (Interview SD) präsentiere. Im Informationszeitalter, so ließe sich auch argumentieren, dient solches fankulturelles Schaffen einem wichtigen Zweck: dem Aussortieren und Verwalten eines nun im Überfluss vorhandenen Gutes – Information (Lanham XI). Anders als auf von Produzenten betriebenen Webauftritten, in denen kommerzielle Absichten verfolgt werden, ist auf Fanseiten zudem eine größere inhaltliche Unabhängigkeit zu vermuten; die Auswahl des hier veröffentlichten Materials und die Moderation seiner Diskussion obliegt allein den Fans.

Innerhalb kulturwirtschaftlicher Zusammenhänge sind solche informativen Angebote besonders wichtig, sowohl für die Anbietenden als auch für die Konsumierenden, denn der Erfolg von Kulturprodukten wie Filmen, Büchern und Serien ist stark von Empfehlungs-

mechanismen und Informationsangeboten abhängig. Da sich ihre Qualitäten erst im Konsum erschließen, wenn eine Zahlung bereits geleistet ist, können sie von Konsumentenseite als riskante Güter verstanden werden (Hutter 35). Riskant verbleibt entsprechend auch ihre Produktion, denn die Reaktion der Abnehmerschaft bleibt schwer einzuschätzen. »Nobody knows anything« hieß lange Zeit eine Arbeitsweise der Produzierenden in der Kulturwirtschaft (Hutter 35).

Fankulturell ist das Sammeln von Information bedeutsam, weil es der Auseinandersetzung mit dem favorisierten Fanobjekt dient; Wissen über den Gegenstand kommt in fankulturellen Hierarchien einem Statusgewinn gleich. In Anlehnung an Pierre Bourdieus alternative Kapitalformen wurde diese Wissens-Währung auch als »fan cultural capital« (Fiske 39) beschrieben. Fan-Sein ist aber auch eine wichtige Voraussetzung von Infopreneurship, denn erst die intensive Beschäftigung mit einem Gegenstand oder einer Szene ermöglicht überhaupt den Wissensvorsprung, der zur Suche und Auswahl von Information und zu einer Unterscheidung von relevanten oder nicht relevanten Daten befähigt. Die folgende Aussage stammt aus der Beschreibung des Infopreneurships, kann aber gleichfalls als Kommentar auf Fanseiten-Informationssparten gelesen werden: »products typically consist of aggregated information or are developed based upon a creator's own familiarity with a subject matter, for little or no cost« (Lahm, Stowe 115–116).

Fans stellen diese Dienste kostenfrei bereit; sie kombinieren bereits vorhandene Information zu neuen Zusammenhängen. Die Resultate lassen sich als kulturelles Unternehmertum im Sinne Richard Swedbergs begreifen. Swedberg betont, dass finanzieller Gewinn im kulturellen Unternehmertum keine Priorität besitze: »While money-making is often a crucial component of cultural entrepreneurship, it does not constitute its primary focus« (269). Betrachten wir die enormen Anstrengungen und Investitionen von Zeit und Geld, die in die Erstellung von Fanseiten oder Filmprojekten wie *Leuenklinge* fließen, drängt sich eine Frage auf, die Chris Anderson in seinem Buch *Free* wie folgt formuliert hat: »Where Money Doesn't Rule, What Does?« (146). Was sind die Ziele, die Währungen solchen Kulturschaffens?

Der Fanfilmer N. Mendrek äußert, dass die Wahrnehmung seiner Filme durch andere einen wichtigen Anreiz darstelle. Reaktionen erhalte er sowohl von Fans der deutschen Fantasy-Szene, als auch von einem internationalen Publikum online. Solche Wahrnehmung, genauer gesagt *Aufmerksamkeit* wird von Georg Franck, Michael Goldhaber, aber auch Richard Lanham als Währung klassifiziert. Der Gedanke scheint im Englischen besonders einleuchtend, denn während wir im deutschsprachigen Raum Aufmerksamkeit »schenken«, wird im Englischen Aufmerksamkeit »gezahlt« (*to pay attention*). Da in fankulturellen Kontexten Geld eine untergeordnete Rolle spielt, tritt ein »Kreislauf des Acht Gebens und Beachtung Einnehmens« (Franck 7), wie Franck seine *Ökonomie der Aufmerksamkeit* nennt, an die Stelle des Austauschs materieller Güter. Mendrek informiert sich über die Projekte anderer und ist sich zugleich der eigenen Wahrnehmung sehr bewusst. Wie genau sich Aufmerksamkeit als Währung messen und quantifizieren ließe, bleibt allerdings in den genannten aufmerksamkeitsökonomischen Konzepten oft unscharf. Teils scheinen sie vielmehr die Ressource »Zeit« zu meinen, vor allem, wenn sie von einer Knappheit von Aufmerksamkeit sprechen, die sich unter den heutigen Bedingungen eines generellen Informationsüberflusses einstelle (Simon 40–41). Genauere Aussagen finden sich jüngst allerdings im Feld der Netzwerkforschung, die mit quantifizierbaren Indikatoren von Aufmerksamkeit operiert, wie etwa Webseitenaufrufen, Downloads, Online-Abonnements, Weiterleitungen von Inhalten, Hyperlinks oder dem *Google PageRank* (Narayanan et al.). Wie in der Befragung von Akteuren deutlich wird, können solche Ansätze unserer Untersuchungen unterstützen: Eine Fanseitenbetreiberin aus dem *Twilight*-Saga-Fantum nannte als Motivation ihres Handelns einen messbaren Erfolg, der sich im Vergleich zu anderen Fanseiten manifestiere und über netzwerkanalytische Methoden eruieren lasse, denn sie erwähnte, diese zähle innerhalb Deutschlands zu den »Top 3« der am häufigsten besuchten *Twilight*-Fanwebsites (Interview SD). Ihre Motivation für den zeitlichen und finanziellen Aufwand, den die Verwaltung ihrer Fanseite bedeute, habe eine Entwicklung erfahren:

Am Anfang war es die Leidenschaft für *Twilight*, damit hat es eigentlich angefangen und es ging bei uns eigentlich ziemlich schnell, dass wir sehr erfolgreich waren. Mittlerweile tun wir es natürlich auch noch, weil wir

Twilight lieben – aber grundsätzlich, eigentlich, die Motivation ist der Erfolg. (Interview SD).

Ihre Aussage klingt wie das Resümee einer Unternehmerin, die das Wachstum ihres Einflussbereiches genau im Blick behält und ihr Handeln davon leiten lässt: »Wir haben angefangen mit 200/300 Besuchern [...] und hatten dieses Jahr [...] 6000 Besucher am Tag« (Interview SD).

Ich traf diese und andere Fanseitenbetreibende auf einer Fantasy-Convention; nach eigener Aussage besuchen sie die Veranstaltung, um die eigene »[Web]Seite zu promoten« (Interview SD); sie verteilen dort Visitenkarten mit den Namen ihrer Domains und veranstalten Wettbewerbe (Interview DH). Die Preisträger letzterer sollten auf den jeweiligen Fanseiten bekanntgegeben werden, dies – so die Aussagen der Befragten – sei eine Maßnahme, um den Seiten-Traffic anzuregen und neue Stammnutzer für die angeschlossenen Foren zu gewinnen. Eine Professionalisierung macht sich auch im Kontext der Informationsangebote auf den Fanseiten bemerkbar. Der Aufwand des Nachrichtensammelns und -verwaltens sei nur durch klare Strukturen zu bewältigen, bemerkt die Administratorin einer *True Blood*-Fanseite, und spricht von einer »gewisse[n] Hierarchie« (Interview DH) innerhalb ihres Teams. Die organisatorischen Anforderungen einer Fanseite seien »letztendlich nichts anderes, [...] [als] im Arbeitsleben auch. Entweder kann man Leute führen und man hat sich einen gewissen Respekt erarbeitet oder eben halt nicht« (Interview DH).

Die aufmerksamkeitsökonomischen Rahmenbedingungen des online situierten Fantums befördern nicht nur eine Zielgruppenorientierung, Professionalisierung und Hierarchisierung, sondern in Erweiterung letzterer auch regelrechte Star-Phänomene, die ihren Ursprung in fankulturellem Unternehmertum haben. Hiermit geht auch einher, dass eine fankulturelle »Schattenökonomie«, wie Fiske sie einst attestierte, der Vergangenheit angehört.

Fan-Stars

Ein besonders erfolgreiches unternehmerisches Fanphänomen umgibt eine deutsche Fansynchronisation (ebenfalls gängig ist der englische Begriff »Fandub«) der *Harry Potter*-Filme. Zwischen 2006 und 2010 synchronisierte Kathrin Fricke, Kunstwissenschaftsstudentin und Fan des *Harry Potter*-Franchises, weite Teile der Verfilmungen auf parodisierende Weise; sie schnitt Teile des Bildmaterials um und fügte grafische Effekte hinzu. Die so entstandenen Medieneinheiten veröffentlichte sie nacheinander auf ihrem *YouTube*-Kanal, unter dem Pseudonym »Coldmirror«.

Die Fansynchronisationen sind an ein anderes Publikum adressiert als die ursprünglichen *Harry Potter*-Filme, bei denen die Altersempfehlungen der FSK von 6 (für Teil 1 und 2) bis 12 (für alle weiteren Teile) reichen. Kathrin Fricke verwendet Versionen – etwa durch den Einsatz und Mix von Musik – zahlreiche Referenzen zu Gegenständen der kontemporären Populärkultur, aber brechen auch gesellschaftliche Tabus, die eine Altersempfehlung von Seiten der FSK schwierig machen dürften. Ihr spezifischer Humor entsteht oftmals dadurch, dass die Tonspur harmlose zwischenmenschliche Situationen in stark sexuell konnotierte verwandelt; dabei werden die Protagonisten des *Potter*-Universums – Schüler im Kinder- oder Teenageralter – in Zusammenhänge gesetzt, die ihnen sexuelle Aktivitäten mit Haustieren, Eltern- oder Lehrpersonal attestieren. *Harry Potter und die Kammer des Schreckens* wird bei Coldmirror zu *Harry Potter und der geheime Pornokeller*. Im Original wird Harry vom Schulleiter Dumbledore, einem großväterlichen Mentor, beschützt; in der Fansynchronisierung ist der Direktor als »Fresh D.« bekannt, ein Rapper mit zweifelhaftem Ruf. Er stellt sich im Laufe der Fanversion als Produzent kinderpornografischer Filme heraus.

Coldmirror macht in ihren Synchronisationen Witze über gesellschaftlich sehr sensible Themen, verwendet rassistisches Vokabular und pervertiert so die gesamte in Deutschland vielfach preisgekrönte und von Kritikern gelobte Zaubererwelt J.K. Rowlings in ein bizarres, politisch inkorrektes Gefüge, das aus dieser Ignoranz von Tabus großen Unterhaltungswert zieht. Wie andere Fantexte auch enthüllen Fansynchronisationen mögliche Subtexte der Originalmedien (wie

etwa das Machtgefälle zwischen Schülern und Lehrpersonal, welches innerhalb eines Internats gesteigertes Missbrauchspotenzial bergen kann) oder fügen ihnen neue Bedeutungsdimensionen hinzu. In dieser Hinsicht können sie als semiotisch produktiv verstanden werden (Winter). Coldmirrors Fandubs können aber auch als kulturell-unternehmerisch verstanden werden, als innovative Beiträge innerhalb eines kulturwirtschaftlichen Kontexts. Zudem gibt es einen Aspekt, der dem Phänomen auch eine ökonomische Relevanz attestiert. Als Coldmirror synchronisierend tätig wird, ist das Material, das sie verwendet, längst von den Kinoleinwänden verschwunden und hat sich bereits gut auf den Zweitverwertungsmärkten verkauft; sie nutzt stets nur offizielle DVDs. Zu dem Zeitpunkt ihres Erscheinens stellen ihre Versionen also ein völlig neues *Harry Potter*-Erlebnis dar, von vielen als willkommene, subversive Unterhaltung empfunden.

Es darf dabei nicht in Vergessenheit geraten, dass jede Nennung *Harry Potters* (auch im Kontext inhaltlicher Verzerrung) zur Spitzenplatzierung des Franchises in Online-Rankings beiträgt. Einige ihrer *YouTube*-Abonnenten erwähnten Fricke gegenüber, nicht besonders an *Harry Potter* interessiert gewesen zu sein, als sie ihre Fandubs entdeckten; es sei vielmehr ihr humorvoller Umgang mit dem Franchise gewesen, der sie angezogen habe. Fansynchronisationen entfalten für Zuschauende aber nur einen Teil ihres humoristischen Potenzials, wenn diese die Originalversion nicht kennen, denn viele Momente schöpfen gerade aus der Verkehrung des ursprünglichen Inhalts ihren Witz. Entsprechend wandte sich eine Anzahl von Coldmirrors Abonnenten den Originalversionen der Filme, aber auch der Bücher zu, um alle in den Fanversionen enthaltenen Referenzen verstehen zu können (Fricke 1). Es ist also davon auszugehen, dass Coldmirrors Leistung eine Zielgruppe aktiviert hat, die vom offiziellen *Harry Potter*-Franchise nicht berücksichtigt oder gar abgeschreckt worden war.

Coldmirror spricht auf *YouTube* nicht nur über *Harry Potter*, sondern auch über ihre Gamingleidenschaft. Sie wird 2009 vom Onlineradio *YouFM* kontaktiert, um PC- und Onlinespiele zu rezensieren; für die Studentin ist dies ein erster Schritt in ein Berufsleben. Ihre Rezensionen werden ohne großen Aufwand im gleichen privaten Setting wie ihr übliches Videoblogging produziert, sie werden sowohl auf Coldmirrors Homepage als auch auf ihrem *YouTube*-Kanal veröf-

fentlich. So profitiert der Sender von dem Netzwerk, das Coldmirror in den Jahren ihrer bisherigen *YouTube*-Karriere geknüpft hat – denn ihr eigenes Fantum wird zu diesem Zeitpunkt längst um ein Meta-Phänomen erweitert, die Zahl ihrer Abonnenten steigt dank der Synchronisationen täglich: Der Fan wird zum Star. Coldmirror verfügt dank der Anstrengungen ihrer Fans über ein eigenes Wiki und ein Fanforum, ihre *Harry Potter*-Videos werden gar von Fans untertitelt und in andere Sprachen übersetzt.

Im Oktober 2010 bekommt Coldmirror ihre eigene TV-Sendung auf dem digitalen Sender *Einsfestival, Coldmirror TV*. Es handelt sich dabei um ein Format, das ausschließlich ihrem typischen Stil der Parodie gewidmet ist, zwar in abgeschwächter Version und aus rechtlichen Gründen vor allem auf Bildmaterial der Nachrichtenmedien basierend, aber nach wie vor mit Referenzen zu ihren berühmten Fandubs. »Fresh D.« ist beispielsweise regelmäßig Gast in ihrer Sendung, ein Charakter, der ihren Fans vertraut ist, und dessen Bezug zum *Potter*-Franchise nicht so offensichtlich ist, dass er rechtlich problematisch wäre. Mit Hilfe ihrer neu geknüpften Kontakte ergattert Kathrin Fricke schließlich eine kleine Rolle als Synchronsprecherin im Disneyfilm *Cars 2*, was sie als Bewegung in Richtung einer professionellen Synchronsprecherinnenkarriere wertet (Fricke 1).

Im Januar 2014 beträgt die Anzahl ihrer *YouTube*-Abonnenten, die über die Jahre stetig gestiegen ist, über 520.000. Ihren Fans verdankt Coldmirror es auch, dass ihre Synchronisationen weiterhin verbreitet werden, sie selbst hat diese aus urheberrechtlichen Bedenken von ihrem Kanal entfernt, da von Seiten *YouTubes* eine Warnung ausgesprochen worden war. Es findet sich jedoch eine stets treue Anhängerschaft, welche ihre Videos weiterhin auf der Plattform bereitstellt, und zu denen sie auf ihrem Kanal verlinkt; ihrer innovativen Leistung aus Fanzeiten wird so Tribut gezollt, das Risiko der Kanal-löschung jedoch unter einer anonymen Masse verteilt.

Der Fan, der Fans hat, ist ein Phänomen, das wir vermehrt in der digital vernetzten Umwelt finden (Chin 258–288). Es erfordert einen hohen Grad an Verbindungen mit anderen, um zu gewährleisten, dass genügend Personen sehen und gutheißen, was ein Fan produziert hat. Ein Phänomen wie das von Coldmirror wäre unter analogen Distributionsbedingungen nicht denkbar gewesen. Dies wird am

Beispiel der Siegerländer Fansynchronisation *Sinnlos im Weltall* deutlich, ebenfalls ein humoristisches Werk, das eine Umdeutung der TV-Serie *Star Trek: The Next Generation* vornahm. In den neunziger Jahren von einer Gruppe von *Star Trek*-Fans in ihrem Wohnzimmer aufgezeichnet, fand das Resultat zunächst nur im privaten Freundeskreis Verbreitung. Erst einige Jahre später, als die Freunde längst nicht mehr in Kontakt standen, digitalisierte einer von ihnen die Videokassetten und lud die Dateien in ein BitTorrent-Netzwerk hoch, wo sie sich schnell verbreiteten und mit Verspätung ebenfalls ein Meta-Phänomen nach sich zogen. Auch diese Fans erlangten Internetberühmtheit, jedoch zu einem Zeitpunkt, an dem sich kaum einer von ihnen noch öffentlich zu dem Werk bekannte.³

Vorbereitung für den Arbeitsmarkt?

Im Zeitalter des »Broadcast Yourself!« stehen Fans eine Reihe von Ressourcen zur Verfügung, die ein Selbstmarketing und auch die Produktion und Distribution eigener Produkte erleichtern. Jenkins beobachtet zu diesem Phänomen: »What has shifted is the visibility of fan culture. [...] Amateurs have been making home movies for decades; these movies are going public« (*Convergence Culture* 135–136). Diese öffentliche Dimension wirkt motivierend. So macht die Administratorin einer erfolgreichen *True Blood*-Fanseite ihr Engagement von einer entsprechenden Nachfrage durch andere Fans abhängig:

Weil, ganz ehrlich, ich mach mir die Arbeit nicht für fünfzig Klicks. Denn ich will ja meine Zeit für etwas investieren, was die Leute auch annehmen. Weil, wenn Du wirklich irgendwo so viele Stunden da rein investierst, täglich, dann willst Du ja auch irgendwo ein gewisses Feedback haben. Also ich hatte ja auch vorher mal so zwei-drei kleine andere Spielereien von Webseiten, wo ich einfach gemerkt hab, da ist einfach das In-

3 Eine Zeitleiste dokumentiert den Werdegang des Synchronisationsprojektes, von einer »Schaffenszeit« in den späten 1990er Jahren, über den »stillen Aufstieg« um die Jahrtausendwende, der in Unkenntnis der ehemals produzierenden Fans erfolgte, bis zur ersten Fanseite des Projektes im Jahr 2002: <http://www.satresynchron.de/siw/zeitleiste.html> (20. Apr. 2014).

ternetklientel nicht da. Und für fünfzig Leute mach' ich mir nicht die Arbeit. Wenn ich mir aber die Arbeit für zweitausend Leute täglich mache, die auf diese Webseite klicken, macht mir das ja auch einen anderen Spaß, weil ich weiß, die Leute wollen es gerne sehen, sie wollen es gerne lesen. (Interview DH).

Diese Administratorin besitzt bereits unternehmerische Erfahrung: Sie trifft eine Wahl für oder gegen ein Projekt und macht diese abhängig von der Reaktion der Abnehmerschaft. Der Erfolg ihrer Fanseite bestätigt die Durchsetzung einer Neuheit (Schumpeter, Röpke 177). Außerdem benennt sie die Besucher ihrer Seite als »Klientel«, also Kundschaft, und versteht sich selbst als Anbieterin einer Ware, die konsumiert wird. Ihre Teamkollegin sieht eine Parallele zur Unterhaltungsindustrie: »Im Prinzip ist es wie 'ne Fernsehsendung«, resümiert sie (Interview JS), was wiederum die andere wie folgt kommentiert: »wenn die Serie Mist ist, dann wird sie halt abgesetzt. Und letztendlich ist es mit den Webseiten nichts anderes« (Interview DH). Entsprechend sei es umso wichtiger, dauerhaft ein qualitativ hochwertiges Angebot zu produzieren (Interview DH).

Die in diesem Artikel aufgeführten produzierenden Fantätigkeiten lassen sich vor dem Hintergrund eines gesellschaftlichen Phänomens untersuchen, das der Soziologe Ulrich Bröckling 2007 in *Das unternehmerische Selbst* ausführlich beschreibt, und welches in mancher Hinsicht eine Fortführung von Joseph Schumpeters Ausführungen darstellt. Das unternehmerische Selbst, so Bröckling, bezeichne »die mikropolitische Ratio, auf welche die zeitgenössischen Technologien der Selbst- und Fremdführung zulaufen« (11). Er argumentiert, dass Individuen sich innerhalb der gegenwärtigen medialen und sozialen Bedingungen zunehmend innerhalb einer Marktlogik verorten und sich selbst und ihre Lebensweisen dabei an einem Leitbild orientierten, das unternehmerische Züge trage (Bröckling 7).

Vieles spricht dafür, insbesondere webseitenbetreibende Fans in einem solchen gesellschaftlichen Kraftfeld zu verorten, denn das unternehmerische Vokabular und die prozessoptimierenden Strategien, die sie an den Tag legen, wirken zuweilen wie eine Mimikry von in der Wirtschaft üblichen Verfahrensweisen: Auf Conventions sind auch die ganz kleinen Fanforen mit Werbematerial vertreten, Forenbetreibende halten beim Kontakt mit anderen Fans Visitenkarten

ihrer Webseiten parat, und die Erwähnung der Freude am Gegenstand ist in den Interviews bei vielen einer Erfolgsrhetorik gewichen. Orientieren Fans sich an einem unternehmerischen Leitbild, so bedienen sie sich einer Reihe von Rationalisierungs- sowie Ökonomisierungsmaßnahmen, welche ihr Handeln und das anderer mit ihnen kooperierender Fans strukturieren.

Die Beispiele des deutschen Internetstars Kathrin Fricke, aber auch der Autorin E.L. James belegen aber zudem, dass manch eine Fankarriere in ein festes und bezahltes Arbeitsverhältnis in der Kulturbranche führt. Vieles spricht dafür, dass aktives Fantum in diesem Kontext eine vorbereitende, wenn nicht gar berufsausbildende Funktion hat, denn Fans eignen sich innerhalb ihrer Freizeit wesentliche Qualifikationen an, wie etwa Strategien des Erwerbs und der Verbreitung von Wissen sowie innovative Auseinandersetzung mit kulturellen Inhalten. Sie lernen überdies typische Arbeitsbedingungen der Kulturwirtschaft kennen. Der Kommunikationswissenschaftler Greig de Peuter bemerkt zu den Bedingungen kulturwirtschaftlicher Arbeit, dass hier chaotische Arbeitszeiten, unregelmäßiges Einkommen und das Verschwinden von Arbeits- und Freizeit an der Tagesordnung seien (419). Akteure der Kulturwirtschaft seien zumeist darauf angewiesen, über unbezahlte Vorarbeiten oder Praktika ihren Berufseinstieg einzuleiten: »the zero-wage internship [...] is frequently the entry ticket for a chance at paid employment in the media and cultural institutions« (Peuter 420). Diese prekären Bedingungen, so resümieren viele Kenner des Feldes, seien jedoch stets abzuwägen gegenüber den Freiheiten, die eine solche Arbeitsweise erlaube, sowie der oftmals als überdurchschnittlich hoch empfundenen Freude am Arbeitsumfeld (Lee; Hesmondhalgh, Baker). Die Arbeitswissenschaftlerin Ursula Huws beschreibt den Trend, dass in der Kulturwirtschaft immer mehr Arbeit außerhalb bürokratischer Strukturen stattfinde, was einer Freiheitsliebe der Akteure zwar entgegenkomme, jedoch auch dazu führe, dass es immer mehr selbständig Arbeitende gebe, von denen hohe Flexibilität und Erreichbarkeit gefordert werde (150). Von ihnen werde zudem oft erwartet, dass sie ihr Werkzeug selbst zur Verfügung stellten, was mit einem höheren finanziellen Risiko für die Beteiligten einhergehe (Huws 150). Der Fanfilmer N. Mendrek, der seine eigene Videokamera gleichermaßen für Jobs wie für Fantätig-

keiten einsetzt, kann als typisches Beispiel eines solchen Kulturschaffenden gelten und das Videoblogging Coldmirrors, welches letztlich zu einer Anstellung führte, mag man im übertragenen Sinne auch als unbezahltes Praktikum begreifen.

Fazit

In einer Kulturlandschaft, in der »alles schon einmal da war«, ist es das Umarrangieren, Zerstückeln, Neuassoziiieren von Information, welches Neuheit und Unterhaltung ermöglicht, und es sind oftmals die Liebhaber bestimmter Produkte, die mögliche Weiterentwicklungen erkennen. Als Innovatoren sind Fans dabei vor allem in kultureller Hinsicht unternehmerisch tätig, denn sie schaffen wertgeschätzte kulturelle Neuheiten. So sind es weiterhin primär nicht-monetäre Währungen, die Fans motivieren. Für manche führt ihre Tätigkeit jedoch in einem späteren Verlauf in ein bezahltes Arbeitsverhältnis und wird somit ökonomisch profitabel.

In Kombination führen die neuen strukturellen und aufmerksamkeitsökonomischen Bedingungen von Fankultur zum Meta-Phänomen des »Fans, der Fans hat«. Dieser Umstand, so ist anzunehmen, beeinflusst auch das Verhältnis zwischen denjenigen Fans, die zu Stars geworden sind, und ihrem eigentlichen Fanobjekt – es kann zu rivalitätsähnlichen Erscheinungen kommen. So bemerkt Bertha Chin: »where the tools of self-publicity are easily available to the general public, film stars now have to compete with other celebrities, some of whom are self-made on the Internet« (263). Das ursprüngliche Fantum mancher Akteure mag sich zudem auflösen, da eine wichtige Ressource des Fan-Seins – Zeit – angesichts der Professionalisierung und Nachfrage durch andere knapp wird. Die Aussage der Administratorin, die angibt, mehr für andere Fans als für sich selbst zu leisten, deutet in diese Richtung und lässt ein Ungleichgewicht innerhalb des nicht-materiellen Austauschs feststellen; dies sollte jedoch vertiefend untersucht werden. Auch das Verhältnis unternehmerischer Fans untereinander ist weiterer Betrachtung wert. Hier ist mit der genannten Erfolgsorientierung auch von zunehmenden Wettbewerbsstruk-

turen auszugehen, einem in den Fanstudien noch gering erforschten Aspekt, mit dessen Untersuchung sich ebenfalls an dieser Stelle produktiv anknüpfen ließe.

Literatur

- Anderson, Chris. *Free: The Future of a Radical Price*. London: Random House, 2009.
- Bröckling, Ulrich. *Das unternehmerische Selbst: Soziologie einer Subjektivierungsform*. Vol. 1832. Frankfurt: Suhrkamp, 2007.
- Chin, Bertha Catherine L.P. *From Textual Poachers to Textual Gifters: Exploring Fan Community and Celebrity in the Field of Fan Cultural Production*. Diss. Cardiff University, 2010.
- Coppa, Francesca. A Brief History of Media Fandom. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Eds. Kristina Busse und Karen Hellekson, 41–59. Jefferson: McFarland, 2006.
- Derecho, Abigail. Archontic Literature: A Definition, a History, and Several Theories of Fan Fiction. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Eds. Kristina Busse und Karen Hellekson, 61–78. Jefferson: McFarland, 2006.
- Einwächter, Sophie G. Transformationen von Fankultur: Organisatorische und ökonomische Konsequenzen globaler Vernetzung. Diss. Goethe Universität Frankfurt, 2013.
- Fiske, John. The Cultural Economy of Fandom. *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Ed. Lisa A. Lewis, 30–49. London: Routledge, 1991.
- Franck, Georg. *Ökonomie der Aufmerksamkeit*. München: Hanser, 1998.
- Goldhaber, Michael H. The Attention Economy and the Net. *First Monday* 2.4 (1997).
- Hartley, John. The Evolution of the Creative Industries – Creative Clusters, Creative Citizens and Social Network Markets. *Proceedings Creative Industries Conference, Asia-Pacific Weeks*. Berlin, 2007.
- Hesmondhalgh, David und Sarah Baker. Creative Work and Emotional Labour in the Television Industry. *Theory, Culture & Society* 25.7–8 (2008): 97–118.
- Hutter, Michael. *Neue Medienökonomik*. München: Wilhelm Fink, 2006.
- Huws, Ursula. *The Making of a Cybertariat: Virtual Work in a Real World*. New York: Monthly Review Press, 2003.

- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.
- Lahm, Robert J. Jr. und Charles R. B. Stowe. »Infopreneurship: Roots, Evolution, and Revolution, *Entrepreneurial Executive* 16 (2011): 107–119.
- Lanham, Richard A. *The Economics of Attention: Style and Substance in the Age of Information*. Chicago/London: University of Chicago Press, 2006.
- Lee, David. The Ethics of Insecurity Risk, Individualization and Value in British Independent Television Production. *Television & New Media* 13.6 (2012): 480–497.
- Lessig, Lawrence. *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: Penguin Press, 2008.
- Lueg, Christopher. Knowledge Sharing in Online Communities and its Relevance to Knowledge Management in the E-Business Era. *International Journal of Electronic Business* 1.2 (2003): 140–151.
- Mendrek, Nicolas. Leuenklinge. Die Fanfilm-Reihe in der Welt des Schwarzen Auges. <http://www.nicomendrek.de/lk1/> (23. Nov. 2013).
- Narayanan, Madhavan et al. Social Media and Business. *Vikalpa: The Journal for Decision Makers* 37.4 (2012): 69–111.
- Peuter, Greig de. Creative Economy and Labor Precarity A Contested Convergence. *Journal of Communication Inquiry* 35.4 (2011): 417–425.
- Roose, Jochen, Mike Steffen Schäfer und Thomas Schmidt-Lux. Einleitung. Fans als Gegenstand soziologischer Forschung. *Fans. Soziologische Perspektiven*. Eds. Jochen Roose, Mike Schäfer und Thomas Schmidt-Lux, 9–25. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010.
- Schumpeter, Joseph A. und Jochen Röpke. *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Nachdr. der 1. Aufl. von 1912. Berlin: Duncker und Humblot, 2006.
- Simon, Herbert A. Designing Organizations for an Information-Rich World. *Computers, Communications and the Public Interest: Conference Proceedings*. Ed. Martin Greenberger, 37–72. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1971.
- Swedberg, Richard. The Cultural Entrepreneur and the Creative Industries: Beginning in Vienna. *Journal of Cultural Economics* 30.4 (2006): 243–261.
- Winter, Rainer. *Der produktive Zuschauer*. Köln: Herbert von Halem, 1995.
- Winter, Rainer und Sonja Kutschera-Groinig. *Widerstand im Netz?* Bielefeld: transcript, 2010.

Wahrnehmung von Belletristik-Fanfictions durch die deutsche Verlagsbranche

Karina Geiger

Bei der kritischen Auseinandersetzung mit Fanfiction – einem komplexen Phänomen, das zunehmend an Sichtbarkeit gewinnt – kann der Fokus auf eine Vielzahl von unterschiedlichen Aspekten gelegt werden. Während man aus juristischer Sicht die Thematik vor allem als eine Frage der Urheberrechtsauslegung begreift, so beschäftigen sich andere Ansätze mit Fanfiction als einer interaktiven und kreativen Internet-, Kommunikations- oder Kulturerscheinung. Da bei dieser Art der Fanaktivität nach vorherrschenden Definitionen schriftliche Werke gemeint sind, so muss Fanfiction vor allem aber als ein Teil der Literatur angesehen werden. Aus diesem Grund sollte anzunehmen sein, dass die Fanerzählungen und die dazugehörige Szene gerade auch für die Verlagsbranche ein relevantes Thema sind, welches aufmerksam verfolgt wird.

Seit dem Welterfolg der *Shades of Grey*-Romantrilogie, deren ersten Teil die Autorin E. L. James bereits im Jahr 2009 unter dem Titel *The Master of the Universe* als Biss-Fanfiction im Internet veröffentlicht hatte, beschäftigt sich vor allem die US-amerikanische Unterhaltungsindustrie intensiver mit der Fanfiction-Szene. So startete beispielsweise die Verlagsgruppe Penguin im Februar 2013 auf der kanadischen Publikationsplattform *wattpad.com* zu einer ihrer Taschenbuch-Veröffentlichungen einen Schreibwettbewerb, bei dem neben selbstständigen Werken auch Fanfictions veröffentlicht werden. Andere US-amerikanische Verlage gehen mit Verkaufsplattformen wie *Kindle Worlds* Lizenzverträge ein, welche die Fanwerke in ihre Geschäftsmodelle integrieren.

Trotz der wachsenden Dynamik auf dem anglo-amerikanischen Markt bleibt die Wahrnehmung von Fanfiction in der deutschen Verlagsbranche weiterhin gering. Beispielsweise im *buchreport*, einem

monatlich erscheinenden Fachmagazin zur deutschsprachigen Buchbranche, wurde innerhalb der letzten zwei Jahre kein Artikel veröffentlicht, welcher sich schwerpunktmäßig mit Fanwerken auseinandersetzt.

Nachfolgend sollen die Gründe analysiert werden, welche zu der geringen Wahrnehmung von Fanfiction in der deutschsprachigen Verlagsbranche führen. Der Fokus soll hier auf Fangeschichten liegen, die durch belletristische Werke inspiriert sind. Um das Leseverständnis zu erhöhen, müssen jedoch zunächst einige Begriffsdefinitionen vorgenommen werden. Anschließend sollen zwei Experten-Modelle genauer erläutert werden: Die Prosumenten-Theorie von Alvin Toffler verdeutlicht, welche Stellung Käufer in der heutigen Ökonomie haben, die aus dem passiven Konsumententum heraustreten und selbst am Produktionsprozess teilnehmen; an welchen Schnittstellen die Einbindung von Prosumenten innerhalb der Verlagsbranche möglich ist, wird anhand von Ivan Askwiths Touchpoint-Modell herausgearbeitet. Hierdurch wird die Aktivität des Lesens und Schreibens von Fanfiction in einen Kontext mit dem klassischen Verlagsprozess gebracht. Darauf aufbauend werden die relevantesten Faktoren, welche die Einstellung der deutschsprachigen Buchbranche gegenüber Fanfiction beeinflussen, herausgearbeitet.

Definition von Fanfiction

Zur Definition von Fanfiction gibt es verschiedene Ansätze; konsensfähig ist die Feststellung, dass eine Fanfiction ein schriftliches Werk ist, welches auf Inhalten fremder Originale aufbaut. Wie stark die Orientierung an diesen Inhalten ist, ist bei den Fanerzählungen individuell verschieden. Bei den Originalinhalten kann es sich sowohl um reale Persönlichkeiten als auch um Medieninhalte wie Spielfilme, TV-Serien, Computerspiele oder belletristische Werke handeln. Ausgehend von dieser weiten Definition des Begriffs sind selbst die Epen Homers sowie einige Stücke Shakespeares, die sich auf das Leben realer Persönlichkeiten beziehen, als Fanfiction anzusehen (Derecho 62). Im Folgenden wird allerdings von einer engeren Definition aus-

gegangen, die Fanfictions als schriftliche Werke versteht, welche von Fans für Fans geschaffen wurden.

Als Fan wird eine Person bezeichnet, die sich emotional an das entsprechende Fanobjekt bindet und willens ist, sowohl Zeit als auch Geld zu investieren, um diesem näher zu sein (Roose, Schäfer, Schmidt-Lux 12–13). Ein Fan ist eher als ein passiver Konsument dazu bereit, Aufwand zu betreiben, um eine Verbesserung oder Aktualisierung des Fanobjekts hervorzurufen und sich aktiv an das Fanobjekt zu binden (Roose, Schäfer, Schmidt-Lux 364). Grund für das Lesen oder Schreiben einer Fanfiction ist häufig, dass sich der Fan quantitativ oder auch qualitativ mehr von dem Fanobjekt erwünscht (Pugh 19). Die Fanaktivität kann demnach zu einer Verbesserung des Fanobjekts für einzelne Fans führen, was die Fan-Bindung weiter intensiviert. Es wird also davon ausgegangen, dass die Leserschaft einer Fanfiction mit den Originalinhalten vertraute Fans sind, da eben jene Inhalte das Fanobjekt darstellen. Des Weiteren wird davon ausgegangen, dass der Verfasser einer Fanfiction, anders als ein »professioneller« Autor, der bei einem Verlag publiziert, keine wirtschaftlichen Interessen verfolgt (Tushnet 671). Seine Intention ist es, durch die kreative Beschäftigung mit dem Fanobjekt, diesem näher zu kommen. Von dieser Definition ausgeschlossen sind also kommerzielle Projekte wie beispielsweise die Romanreihe *Die Legenden von Phantásien*, bei der deutsche Autoren die von Michael Endes *Die unendliche Geschichte* erschaffene Fantasywelt Phantásien als Handlungs-ort für ihre eigenen Titel nutzen. Auch für Geschäftsmodelle wie *Kindle Worlds*, bei denen gerade auf den wirtschaftlichen Faktor gesetzt wird, ist diese Definition nicht vollkommen zutreffend. Zum jetzigen Zeitpunkt lässt sich nur spekulieren, ob der bisher geringe Erfolg des *Amazon*-Modells, der nachfolgend noch genauer erläutert werden wird, mit einer Fehleinschätzung der Fanintentionen zusammenhängt.

Im weiteren Verlauf des Aufsatzes werden die Verfasser der Ursprungswerke als »Autoren« bezeichnet, wohingegen die Verfasser von Fanfictions als »Fanfiction-Verfasser« angeführt werden. Fanfictions, deren Ursprungswerke belletristische Publikationen darstellen, werden des Weiteren als »Belletristik-Fanfictions« bezeichnet. Außerdem wird Fanfiction nicht nur zur Benennung der einzelnen Fanwer-

ke genutzt, sondern auch als Überbegriff, um die Gemeinschaft und deren Aktivitäten rund um die Fanerzählungen zu beschreiben.

Prosumenten-Ansatz von Alvin Toffler

Um eine Einschätzung der aktuellen Lage zu erhalten, sollen erst der Fanfiction-Verfasser und die von ihm ausgeübte Tätigkeit in einen Zusammenhang mit dem Verlag und dem Literaturprodukt gestellt werden. Einen interessanten Ansatz bietet hier die von Alvin Toffler geprägte Prosumenten-Theorie. In *Die Dritte Welle* beschreibt Toffler gesellschaftliche und ökonomische Entwicklungen als Wellenbewegung. Die agrarwirtschaftliche Welle wurde seiner Theorie nach im 17. Jahrhundert durch die Industrielle Revolution abgelöst, welche die zweite Welle einleitete, die bis Ende des 20. Jahrhunderts andauerte (273). Während die Agrargesellschaft sich durch eine Produktion für den Eigenverbrauch auszeichnete, kam es zu Zeiten der Industrialisierung zu einer klaren Trennung zwischen der sichtbaren Ökonomie für den Markt und der unsichtbaren Ökonomie für den Eigenverbrauch, wozu unter anderem auch häusliche Tätigkeiten zu zählen sind. Mit dem Aufkommen der dritten Welle wird diese Trennung gelockert. Es kommt jedoch nicht zu einer Rückentwicklung, sondern vielmehr zur Entstehung einer neuen sozialen und ökonomischen Rolle. Das passive Konsumentendasein wird zugunsten eines aktiven Prosumententums aufgegeben, in welchem der Verbraucher selbst am Produktionsverfahren teilnimmt (Toffler 274).

Hierzu gehört die *Do-it-yourself*-Bewegung, in welcher der Kunde durch Selbstbedienung in den ökonomischen Prozess eingreift und dem Unternehmen Dienstleistungen abnimmt (Toffler 276f). Verbrauchern wird bei Kaufgeschäften die Möglichkeit geboten, den persönlichen Kontakt mit Unternehmensangestellten zu übergehen und stattdessen direkt mit dem IT-System das Kaufgeschäft abzuwickeln (Hanekop, Wittke 101f) oder selbst Teil der Herstellung zu werden und Produkte auf die persönlichen Bedürfnisse anzupassen (Toffler 280f). Das Internet erleichtert nicht nur die Kommunikation zwischen den Vertretern der sichtbaren Ökonomie und deren Kun-

den, sondern eröffnet den Prosumenten untereinander neue Möglichkeiten der Interaktion. Während der *Do-it-yourself*-Bereich, wie Toffler ihn definiert, auf Arbeiten im eigenen privaten Umfeld beschränkt war, können sich Internetnutzer heutzutage in Communities formieren und auf ein breites Gruppenwissen sowie auf einen großen Erfahrungsschatz zurückgreifen. Der Erfolg solcher Konzepte ist unter anderem auf Webseiten mit Wiki-Systemen zu beobachten, auf welchen jeder Nutzer Informationen aufrufen und selbst beisteuern kann (Hanekop, Wittke 102f).

Die Verfasser von Belletristik-Fanfictions zeichnen sich dadurch aus, dass sie aus der passiven Rolle des Lesers heraustreten und selbst Inhalte erschaffen. Die schöpferische Interaktion mit dem Produkt lässt die Fanfiction-Verfasser von bloßen Konsumenten zum Teil des Prosumententums werden. Anders als in vielen Modellen im Dienstleistungsbereich handelt es sich hierbei nicht um Produkthanpassungen. Der Fanfiction-Verfasser greift nicht direkt in den Produktionsprozess ein, um die Inhalte vor oder während der Produktion seinen Bedürfnissen anzupassen. Seine schöpferische Tätigkeit beginnt erst nach der Fertigstellung des belletristischen Werkes durch den Autor. Er greift Handlungsstränge und Charaktere der ursprünglichen Publikation auf, um sie nach seinen eigenen Vorstellungen zu formen und sie gegebenenfalls über Online-Archive und Plattformen der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Wie andere Prosumentengruppen ist auch die Fanfiction-Gemeinde weiterhin auf den Input der sichtbaren Ökonomie angewiesen. Analog zum *Do-it-yourself*-Bereich, wo Wirtschaftsunternehmen die Grundausrüstung und Werkzeuge für die Prosumenten zur Verfügung stellen, sind die Fanfiction-Verfasser auf Ursprungsliteratur angewiesen, auf welche sich ihre eigenen Werke beziehen.

Eine Reaktion der sichtbaren Ökonomie auf die dritte Welle sieht Toffler in der Verschärfung von Gesetzen und Verordnungen aus Angst, Profit und Arbeitsplätze einbüßen zu müssen (288). Dies ist eine Entwicklung, die man in der Praxis unter anderem durch die Einführung von ID-Content-Systemen zur Sperrung bestimmter Inhalte im Internet oder auch in der Verschärfung von Urheberrechten beobachten kann. Nach Tofflers Einschätzung ist es jedoch nicht Aufgabe der Ökonomen, den Status quo zu erhalten, sondern das

Prosumententum tiefgehend zu analysieren. Die Wechselwirkung zwischen der unsichtbaren und sichtbaren Ökonomie muss anerkannt werden, um darauf aufbauend zukunftsstragende und effiziente Modelle zu entwickeln (Toffler 286).

Wie bereits angeführt, sind diese Entwicklungen in vielen Bereichen des Dienstleistungssektors angekommen. Auch Verlage binden ihre aktiven Leser immer stärker in ihre Unternehmungen ein. So zählen Buchblogs und die Interaktion mit den Kunden durch Einsatz von Social-Media-Tools bereits zu den etablierten Größen im Empfehlungsmarketing. Die Interaktion mit Prosumenten als Teil des eigentlichen Produktionsprozesses – also mit Fanfiction-Verfassern als Schöpfern neuer Werke – ist in der Praxis der deutschen Verlagsbranche allerdings eine Seltenheit.

Touchpoint-Modell nach Ivan Askwith

Um den Prosumenten-Ansatz effektiver auf die deutsche Verlagswelt übertragen zu können, wird hier zur Spezifizierung das Touchpoint-Modell des Medienspezialisten Ivan Askwith eingeführt. Askwith bestimmt verschiedene Strategien, welche von der Unterhaltungsbranche ergriffen werden können, um eine größere Berührungsfläche zwischen dem Originalwerk und dem Publikum zu schaffen (53). Hierdurch soll jenes zu einer engeren Bindung an das Original animiert werden. Zwar bezieht sich Askwith bei diesem Forschungsansatz auf sogenannte *plot-driven*-Fernsehserien (54), doch sind die von ihm definierten acht Touchpoints auch auf Vermarktungsstrategien belletristischer Literatur anwendbar.

Die ersten beiden Touchpoints beziehen sich auf die Optimierbarkeit des Originalwerkes. »Formal Program Qualities« zählt Eigenschaften auf, die ein Original erfüllen muss, um für eine Publikumsbindung überhaupt geeignet zu sein (Askwith 55f). Hierzu zählen Charaktere mit ausgeprägten Persönlichkeitsmerkmalen sowie ein gut durchdachter und kontinuierlicher Narrationsstrang. Der Touchpoint »Expanded Access« beschreibt die Zugangsmöglichkeiten zum Originalinhalt, welche im Bestfall zeit-, orts- und medienunabhängig sein

sollten (Askwith 56f). Gerade der Anspruch der Medienunabhängigkeit ist eine Entwicklung, die durch neue Medienträger wie E-Reader zwar gegeben ist, aber in der deutschen Buchbranche noch recht langsam voran geht.

Weitere Berührungspunkte können durch die Schaffung neuer Konsumgüter entstehen. Diese Marketingstrategien sind in der Praxis besonders beliebt, da sie nicht nur Lesernähe schaffen, sondern auch einen direkten Gewinn generieren können. Bei »Repackaged Content« handelt es sich um Variationen des Originalwerkes. Der bereits vorhandene Inhalt wird beispielsweise in Inhaltszusammenfassungen oder Charakterbiografien neu geordnet oder komprimiert, allerdings nicht ergänzt oder verändert (Askwith 57f). Anders verhält es sich beim »Ancillary Content«, bei welchem dem Leser Zusatzinformationen bereitgestellt werden. Hierbei kann es sich unter anderem um Spin-offs oder auch Informationen über den Autoren handeln (Askwith 59f). Als »Branded Products« werden Merchandising-Artikel bezeichnet, deren Konsum und Besitz dem Leser eine engere Verbundenheit zwischen ihm und dem Original suggerieren (Askwith 73f).

Die bisher aufgeführten Berührungspunkte zwischen Original und Publikum sind mit dem klassischen Ansatz des passiven Konsumentendaseins in Einklang zu bringen. Die nachfolgenden Touchpoints können mit Tofflers Prosumenten-Theorie erklärt werden, in welcher der Leser aktiv die Interaktion sucht. »Social Interaction« gehört hier zu den meist genutzten Berührungspunkten und ist ein relevanter Baustein im Empfehlungsmarketing vieler deutscher Verlage (Askwith 83). Eine der schwierigsten, aber nach Askwith effektivsten Methoden der Publikumsbindung ist »Interactivity«, die dem Prosumenten einen direkten Einfluss auf die weitere Handlung des Originals erlaubt (83f). In der Praxis wird hier meist auf ein demokratisches Abstimmungsverfahren zurückgegriffen. Entweder muss nach der Abstimmungsauswertung der weitere Handlungsverlauf erstellt werden, was gerade in der Belletristik eine lange Wartezeit für Leser bedeuten kann, oder es wurden bereits mehrere Handlungsverläufe vorbereitet und dem Ergebnis entsprechend nur einer publiziert. Diese Vorbereitung mehrerer Narrationsstränge schwächt beim Prosumenten allerdings wieder das Gefühl einer echten Interaktivität

(Askwith 96). Ein aktuelles Beispiel aus den USA für »Interactivity« wird der siebte Band der *Kingdom Keepers*-Buchreihe sein: Dank einer App ist es dem Leser möglich, über Charaktere und Settings abzustimmen, welche Autor Ridley Pearson in sein neuestes Werk einbauen wird.

»Related Activities« erlauben es dem Publikum, Aktivitäten auszuüben, die eine engere Bindung zum Original hervorrufen. Hierzu zählen unter anderem auch Computer- oder Rollenspiele. Eine Unterkategorie stellen die »Productive Activities« dar. Der Prosument wird selbst zum Schöpfer von originalverwandten Inhalten – sei es durch wissensbasierte Arbeiten wie Online-Wikis oder durch kreative Werke wie Fanvideos, Fanarts oder Fanfictions (Askwith 81f). Askwith führt weiter an, dass zwar »Productive Activities« von der Unterhaltungsbranche immer mehr gefördert würden, der Großteil dieser Aktivitäten aber immer noch im inoffiziellen Bereich produziert und konsumiert werde. Askwith wagt keine Prognose darüber, wie stark die inoffiziellen Fanaktivitäten in der Zukunft von der Branche unterstützt werden, nichtsdestotrotz ist im Prosumentenbereich auch in Zukunft mit einem Wachstum zu rechnen (82).

Gründe der geringen Wahrnehmung

Sowohl Toffler als auch Askwith prognostizieren ein Wachstum des Prosumentenmarktes, aber die Nutzung der hier vorliegenden Kapazitäten durch die deutsche Verlagsbranche ist nach wie vor äußerst gering. Bisher wird der Fokus vor allem auf den Touchpoint »Social Interaction« gerichtet, wo sich vor allem die Nutzung von sozialen Netzwerken und Blogs etabliert hat. Im Jahr 2014 führt von den zehn umsatzstärksten belletristischen Verlagshäusern Deutschlands (*buchreport*-Ranking) jedes einen *Twitter*- sowie einen *Facebook*-Account. Fanaktivitäten wie Fanfictions werden jedoch kaum wahrgenommen oder eingesetzt (Wilking 48–53). So besitzt keines der zehn aufgeführten Verlagshäuser zum jetzigen Zeitpunkt ein Verwertungs- oder Marketingmodell, in das Fanfictions aktiv integriert werden.

Die relevantesten Einflussfaktoren für den geringen Einsatz von fangeschaffenen Inhalten – der Einfluss fremdsprachlicher Literatur, US-amerikanische Modelle, das deutsche Urheberrecht und das Selbstverständnis der Verlage – sollen hier zusammengetragen und analysiert werden.

Einfluss fremdsprachlicher Literatur

Es ist zu bedenken, dass die deutsche Fanfiction-Szene stark durch die Entwicklungen der englischsprachigen Medienkultur geprägt ist. Die ersten Fanerzählungen datieren in die 1920er Jahre, als Leser von Jane Austens Romanen begannen, selbst Geschichten über die Charaktere zu verfassen und diese in inoffiziellen Fanmagazinen zu veröffentlichen (Derecho 62). 1934 wurden die *Sherlock Holmes*-Fanclubs *Baker Street Irregulars* in New York und die *Sherlock Holmes-Society* in London gegründet. Beide Vereinigungen setzten sich zum Ziel, die Werke Sir Arthur Conan Doyles zu verbreiten und fortzusetzen (Tobin 87). Auch heute ist die deutsche Szene noch sehr stark von anglo-amerikanischer Belletristik geprägt, was man unschwer am hohen Anteil von deutschsprachiger Fanfiction zu englischsprachigen Originalen in deutschen Online-Archiven sehen kann.

Daneben dient häufig japanische Belletristik als Ursprungswerk für Fanfiction. Die Kategorie »Anime & Manga« des Online-Archivs *fanfiktion.de* ist das Segment, zu dem die meisten Fanerzählungen publiziert werden. Aufgrund der Tatsache, dass sowohl *fanfiktion.de* als auch andere Archive wie *fanfiction.net* oder *animexx.de* Manga und Anime als eine gemeinsame, homogene Kategorie führen, ist es allerdings schwer, genauere Aussagen über den genauen Einfluss japanischer Belletristik auf die deutsche Fanfiction-Szene zu treffen.

Bei Fanfictionarchiven handelt es sich in der Regel um Online-Sammlungen von Fangeschichten, wovon sich die meisten auf ein bestimmtes Fandom oder Genre spezialisiert haben. Die Online-Sammlungen mit den meisten Usern sind jedoch Multifandom-Archive, die sich eben genau auf kein spezifisches Fandom oder Genre konzentrieren. Mit über zweieinhalb Millionen registrierten Nutzern ist das US-amerikanische *fanfiction.net* das größte Multifan-

dom-Fanfictionarchiv weltweit (Sendlor). Bei *fanfiction.de* handelt es sich mit 240.900 Fangeschichten und über 110.000 registrierten Usern um das größte deutschsprachige Online-Archiv. In der Kategorie »Bücher«, welche mit 63.959 eingestellten Werken die zweitgrößte Untergruppierung darstellt, sind insgesamt 134 einzelne Buchtitel und Buchreihen zu finden, auf deren Inhalten Fanfictions basieren. Von diesen belletristischen Werken sind 94 im Original in englischer Sprache veröffentlicht worden. Es sind lediglich 32 deutschsprachige Bücher im Archiv vertreten, zu welchen Fanfiction geschrieben wurde. Der mit 897 veröffentlichten Fanwerken größte deutscher Vertreter, die *Edelstein*-Trilogie von Kerstin Gier, macht demnach lediglich 1,4 Prozent der Gesamtanzahl der Belletristik-Fanfictions aus (Stand 1. Nov. 2013).

Grund für das scheinbar geringe Interesse der deutschen Fanfiction-Schreiber an deutschen Originalen ist zudem der enorme Einfluss fremdsprachlicher Literatur auf den gesamten deutschen Belletristik-Markt. Betrachtet man die *SPIEGEL*-Jahresbestsellerliste 2013, so zählten zu den zehn meistverkauften Belletristik-Hardcovern in Deutschland lediglich drei Werke deutschsprachiger Autoren. Im Jahr 2012 schafften es sogar nur zwei deutsche Originaltitel in das Top-Ten-Ranking (*Jahresbestseller Hardcover*).

Gemessen an den geringen Fanfiction-Aktivitäten zu deutschen Produkten ist anzunehmen, dass der Aufwand, den ein Verlag betreiben müsste, um eine Fanfiction-involvierende Marktstrategie für deutschsprachige Literatur umzusetzen, wohl größer wäre als der Erfolg in der Fanfiction-Szene. Die Arbeit mit Übersetzungen englischsprachiger Belletristik würde wiederum Lizenzverhandlungen mit dem Ursprungsverlag und dem Autor bedeuten, was zeit- und kostenaufwendig sein kann.

Blick auf US-amerikanische Modelle

Anders als in Deutschland kam es in den USA bereits zur Umsetzung von Geschäftsmodellen, in welchen Fanfiction-Verfasser im Sinne der »Productive Activities« selbst als Content-Lieferanten anerkannt wurden. Obwohl hier die Bemühungen auch nicht von Verlagen

ausgingen, kann man dennoch Rückschlüsse darauf ziehen, wie erfolgreich eine solche Prosumentenstrategie sein kann und welche Risiken damit verbunden sind.

Das Fanfictionarchiv *fanlib.com* wurde 2007 gegründet. Es kooperierte mit Rechteinhabern von TV-Serien und literarischen Werken (wie dem Science-Fiction-Roman *Uglies*) und veranstaltete mit diesen Fanfiction-Wettbewerbe. Während die Wettbewerbe teilweise sehr spezifischen Teilnahmebedingungen unterlagen, stand den Nutzern auch ein freier Archiv-Bereich zur Verfügung. Die Rechte von *fanlib.com* beschränkten sich auf Nutzung, Reproduktion und Zugänglichmachung der Inhalte auf der Webseite. Alle weiteren Rechte an den Werken blieben bei den Fanfiction-Verfassern, solange diese im Archiv-Bereich publizierten. Bei der Teilnahme an Wettbewerben kam es zur Übertragung aller Rechte an *Fanlib*. Die Plattform veranstaltete während der Zeit ihres Bestehens zwölf Contests mit Kooperationspartnern. Während seines einjährigen Bestehens konnte das Archiv über 2.300 Kategorien zu verschiedenen Ursprungswerken verzeichnen. Die *FanLib Inc.* wurde 2008 von der *Walt Disney Cooperation* aufgekauft, welche die Webseite am 4. August desselben Jahres schloss. Als Hauptgrund für die Schließung zählte vor allem die fehlende Akzeptanz des Konzepts innerhalb der Fanfiction-Szene, was auch den finanziellen Erfolg beeinträchtigte (Cygnét).

Von Fansseite wurde dem *Fanlib*-Konzept vorgeworfen, dass es auf Kosten der Fanfiction-Verfasser Gewinne erziele, aufgrund des Haftungsausschlusses die rechtlichen Risiken aber weiterhin bei diesen verblieben. Durch unklare Formulierungen und die Verwendung juristischer Fachtermini innerhalb des FAQ-Bereichs, der Nutzungsbedingungen und in den offiziellen Erklärungen wurde die bereits vorhandene Skepsis an dem wirtschaftlichen Konzept noch weiter verstärkt (Jenkins). Zusätzlich tauchte eine Online-Broschüre von *Fanlib* aus dem Jahr 2004 im Internet auf. Zu dieser Zeit hatten die Gründer unter dem gleichen Label noch als Dienstleister für Fan-events fungiert und dort maximale Kontrolle über die Fanaktivitäten ausgeübt, um sich Einnahmen durch Werbemittel zu sichern, wodurch das Vertrauen der Fans in die Plattform nachhaltig getrübt wurde (Williams). Zusammenfassend kann man festhalten, dass durch eine unklare Kommunikation und ein fehlendes Verständnis

der Bedürfnisse der Zielgruppe die bereits vorherrschende Skepsis gegenüber des Konzepts hinter *Fanlib* nur weiter verstärkt wurde, was den ausbleibenden Erfolg der Webseite erklärt.

Auch *Amazon Publishing* startete am 27. Juni 2013 mit der Fanfiction-Verkaufsplattform *Kindle Worlds* einen Versuch, die Prosumentenaktivitäten zu kommerzialisieren. Die Publishing-Gruppe lässt sich die Veröffentlichungs- und Verwertungsrechte für Fanfictions von den Rechteinhabern der Originalwerke erteilen. Fangeschichten zu den Originalwerken können von registrierten Nutzern hochgeladen und verkauft werden (*Kindle Worlds*). Neben dem von *Amazon Publishing* festgelegten Regelwerk zu Layout, Rechtschreibung und unerwünschten Inhalten wurden auch von den Lizenzpartnern selbst inhaltliche Ansprüche bestimmt. Die Verkaufspreise für Fanfictions werden von *Amazon Publishing* festgelegt. Die Fanfiction-Verfasser werden mit 20 bis 35 Prozent der Einnahmen am Internetverkauf beteiligt. *Amazon Publishing* lässt sich vom Fanfiction-Verfasser die ausschließlichen Rechte an der Fanerzählung übertragen, wodurch die Publishing-Gruppe die Inhalte an Dritte weiterverkaufen oder selbst nutzen kann, ohne dass weitere Ansprüche an sie gestellt werden können (*Amazon FAQ*).

Die vollständige Übertragung aller Rechte stellt für viele Fanfiction-Verfasser eine inakzeptable Eintrittsbarriere dar. Zudem schränken die teilweise sehr strengen inhaltlichen Richtlinien die Kreativität der Fanfiction-Verfasser ein, wodurch entscheidende Teile der Vielfalt verlorengehen, die die Szene ausmachen (Bridle). Es bleibt die Frage, in welchem Umfang das schmale Angebot in Anspruch genommen wird, solange auf Online-Archiven zu denselben Originalwerken kostenfreie Fangeschichten zur Verfügung gestellt werden.

Bereits am 27. Juli 2013, dem Starttag der Verkaufsplattform *Kindle Worlds*, waren 55 Fanfictions erhältlich; am 7. August 2013 zählte *Kindle Worlds* bereits 128 Veröffentlichungen. Sechs Monate später, am 16. März 2014, war die Anzahl der vertriebenen Fanerzählungen auf 422 gestiegen. Zwar klingt die Versiebenfachung der Werke seit der Gründung nach einem effizienten Wachstum, dennoch ist die Gesamtanzahl von 422 Titeln für eine Verkaufsplattform, die eine Sektion des erfolgreichen *Kindle Bookstore* darstellt, doch kritisch zu betrachten. Zum Vergleich kann aufgeführt werden, dass auf dem

deutschen Online-Archiv *fanfiktion.de* in einer Zeitspanne von sechs Monaten 6.374 Belletristik-Fanfictions veröffentlicht wurden (58.194 Fanfictions am 20. Mai 2013 gegenüber 64.568 am 18. November 2013), während *Kindle Worlds* innerhalb eines halben Jahres lediglich einen Zuwachs von 294 Fanwerken verzeichnen konnte.

Es ist fraglich, wie sinnvoll es für ein Unternehmen wie einen Verlag ist, ein so schmales und verhältnismäßig langsam wachsendes Angebot langfristig zu halten, wenn hier nicht die Möglichkeiten der Querfinanzierung gegeben sind, welche *Amazon Publishing* zur Verfügung stehen. Der Lizenzkauf und die Umsetzung eines digitalen Geschäftsmodells stellen für einen Verlag ein wirtschaftliches Risiko dar. Der bisher ausbleibende Erfolg von Kommerzialisierungsversuchen im US-amerikanischen Markt schreckt auch deutsche Verlage davon ab, selbst diesen Weg zu gehen. Aufgrund der deutschen Rechtslage, welche eine vollständige Übertragung der Urheberrechte an Dritte ausschließt, sind die US-amerikanischen Geschäftsmodelle auch nicht ohne weiteres auf den deutschen Markt transferierbar.

Deutsches Urheberrecht

Relevant zum Verständnis der geringen bis sogar negativen Wahrnehmung der Fanfiction-Aktivitäten durch deutsche Verlage ist die gegenwärtige Rechtslage in Deutschland. Am einfachsten sind die Eigenheiten des deutschen Urheberrechts, welches mit der Rechtslage vieler kontinentaleuropäischer Staaten übereinstimmt, im Vergleich zum anglo-amerikanischen Copyright zu sehen. Das Copyright entspricht nach deutschem Rechtsverständnis einem Verwertungsrecht, welches vor allem die wirtschaftlichen Interessen des Verlegers schützen soll. Das deutsche Urheberrecht hingegen stellt die Rechte des eigentlichen Schöpfers in den Vordergrund. Hierbei handelt es sich sowohl um die wirtschaftlichen als auch um die geistigen Interessen des Autors (Kreutzer 191). Solange eine Fanfiction also nicht die geschäftlichen Interessen des Rechteinhabers gefährdet – wovon man bei einer kostenlosen Veröffentlichung im Internet ausgehen kann – kommt es in der Regel zu keiner Verletzung des anglo-amerikanischen Copyrights (Tushnet 671). Nach dem deutschen

Verständnis des Urheberrechts besitzt der Schöpfer die vollständige und exklusive Verfügungsgewalt über sein Werk. Zwar wird in der Rechtsprechung durchaus der wirtschaftliche Faktor bei der Urteilsfindung berücksichtigt, dennoch stellt eine unerlaubte Bearbeitung des Ursprungswerkes, sollte hierdurch kein selbstständiges Werk entstanden sein, eine Urheberrechtsverletzung nach dem Urheberrechtsgesetz (UrhG) § 23 dar. Somit verstößt auch die Veröffentlichung von Fanfiction, die nicht vom Autor erlaubt wurde, gegen die deutsche Rechtslage. Die Veröffentlichung ist lediglich möglich, wenn der Autor nach (UrhG) § 32 III ein einfaches und unentgeltliches Nutzungsrecht für jedermann eingeräumt hat. Dieses Recht kann nur durch den Urheber selbst und nicht durch dessen Vertragspartner eingeräumt werden. Diese unterschiedlichen Urheberrechtskonzepte erklären bis zu einem gewissen Grad, weshalb die anglo-amerikanische Buchbranche Fanfiction-involvierenden Marketingstrategien und Geschäftsmodellen aufgeschlossener gegenübersteht als ihre Kollegen in Deutschland.

Ein weiterer Unterschied liegt in der Übertragbarkeit von Rechten. Das Urheberrecht wird dem Schöpfer kraft des deutschen Gesetzes zugesprochen und kann vererbt, nicht aber durch Rechtsgeschäfte übertragen werden (§ 29 UrhG). Der Autor kann einem Verlag oder auch einem anderen Vertragspartner lediglich Nutzungsrechte einräumen. Auch im anglo-amerikanischen Raum gilt nach Schöpferprinzip der Autor als ursprünglicher Inhaber aller Rechte an seinem Werk. Allerdings ist hier eine vollständige Übertragung aller Urheberrechte an einen Vertragspartner möglich, welcher die Rechte wiederum an Dritte weitergeben kann (Kreutzer 191). Somit kann ein amerikanischer Verlag Fanfiction-Verfassern Bearbeitungsrechte einräumen, während sich ein deutscher Verlag davor noch eine spezielle Nutzungsgenehmigung des Urhebers einholen muss. Eine Marktstrategie mit Fanfictions ist für einen deutschen Verlag daher mit zusätzlichen Verhandlungen verbunden, welche Zeit und Geld kosten.

Selbstbild der Verlage

Der wohl entscheidendste Faktor, weshalb Verlage der Entwicklung im Prosegmentum so wenig Beachtung schenken, ist die Selbstwahrnehmung der deutschen Buchbranche. So berichtet beispielsweise eine neuseeländische E-Book-Dienstleisterin, dass deutsche Verleger auf ihre Idee einer stärkeren Einbindung von Fanfiction-Verfassern in die Branche sehr zurückhaltend reagiert hätten (von Veh). Als weiteres Beispiel hierfür kann die *buchreport*-Umfrage unter Erotik-Verlegern gesehen werden, welche zu Teilen auf dem Internetauftritt des Branchenmagazins und in der Printausgabe selbst publiziert wurde (Wilking 48–53). Die Antworten, die online veröffentlicht wurden, beschäftigten sich mit dem Thema, inwieweit Selfpublishing im Wettbewerb mit dem klassischen Verlagsmodell steht. Selfpublisher – also Autoren, welche ihre Werke über keinen Verlag veröffentlichen, sondern andere Publikationswege und Verbreitungsplattformen wählen – fallen aus dem klassischen, wirtschaftlichen Sektor heraus und sind Teil des Prosegmentums. Bettina Steinhage, Lektorin bei der deutschen Verlagsgruppe Bastei Lübbe, sieht Fanfiction als eine Vorform des Selfpublishing an (*buchreport-Umfrage*). Fanfiction weist den gleichen Veröffentlichungsprozess wie Selfpublishing auf, unterscheidet sich allerdings darin, dass sich die Texte inhaltlich an eine andere Schöpfung anlehnen und deshalb in der Regel keine selbstständigen Werke darstellen.

Nach Meinung der befragten Experten können Eigenpublikationen durchaus Trends aufzeigen und somit belebend auf den Markt wirken (*buchreport-Umfrage*). Werke wie *Shades of Grey*, welches erst als *Twilight*-Fanfiction im Internet zu finden war, dann überarbeitet von einem unabhängigen Schriftstellerverband publiziert wurde und erst danach ins Portfolio eines klassischen Verlagshauses aufgenommen wurde, zeigen zwar, dass im Prosegmentensektor durchaus Potenzial bestehe, es sich hierbei aber nur um Ausnahmerecheinungen handle (*buchreport-Umfrage*). Letztlich war auch *Shades of Grey* auf die Marketinganstrengungen eines klassischen Verlagshauses angewiesen, um einen globalen Erfolg generieren zu können (*buchreport-Umfrage*).

Die deutschen Verlage sehen sich selbst nicht nur als Content-Lieferanten, sondern als ein Qualitätssiegel für hochwertige Belletris-

tik (*buchreport-Umfrage*). Anders als selbstpublizierende Prosumenten stehen sie für inhaltliche Qualität, Kompetenz und Glaubwürdigkeit, weshalb sie auch davon ausgehen, dass sich ihr Konzept auf lange Sicht durchsetzen wird (*buchreport-Umfrage*).

Im Gegensatz zu Fanfictionarchiven und *Kindle Worlds*, welche den Lesern ein möglichst großes Angebot bereitstellen wollen, liegt im Aufgabenbereich eines Verlages nicht allein die Veröffentlichung, sondern auch die Auswahl und äußerst präzise inhaltliche sowie orthografische Überprüfung der Titel. »Productive Activities«-Konzepte, bei welchen Prosumenten selbst neue Inhalte beisteuern, entsprechen nicht der klassischen Definition von Verlagen, wie wir sie heute haben. Die deutschen Verlage fürchten als Folge einer solchen Öffnung, ihr Ansehen als Qualitätsgaranten zu verlieren. Sollten Verlage ihre bisherigen qualitativen Kontrollen auch bei »Productive Activities« umsetzen wollen, so wäre dies folglich mit einem erheblichen Mehraufwand für die Lektorate verbunden.

Fazit

Die geringe Wahrnehmung von Belletristik-Fanfiction durch die deutsche Buchbranche begründet sich in unterschiedlichen Umständen. Aus praktischer Sicht kann man anführen, dass sich die deutschsprachigen Verlage nicht genauer mit der Szene befassen, da sie momentan keine Möglichkeit erkennen, die Fanwerke in ihre Marktstrategie zu integrieren. Da bislang der Großteil der deutschsprachigen Fangeschichten auf Belletristik von englischsprachiger Herkunft basiert, müssten Verlage entweder in neue Lizenzverhandlungen mit den englischsprachigen Rechteinhabern treten oder könnten lediglich ein sehr punktuelles Fanfiction-Angebot zu ihren deutschen Titeln liefern. Somit würde man nur eine äußerst kleine Zielgruppe ansprechen, was bei dem Ressourcenaufwand wohl wenig lohnenswert wäre.

Schon die geringen Erfolgsaussichten von Fanfiction-Geschäftsmodellen im US-amerikanischen Raum sorgen für eine zurückhaltende Einstellung. Gerade die Historie des Fanfictionarchivs *fanlib.com*

zeigt, dass die Zusammenarbeit mit Fanfiction-Verfassern auf einem ehrlichen und respektvollen Dialog aufbauen muss. Die Kommerzialisierung von Fanfiction wurde, zumindest zu der aktiven Zeit dieser Unternehmung, von einem großen Teil der Szene mit Skepsis verfolgt oder sogar kategorisch abgelehnt. Ob sich diese Haltung innerhalb der letzten fünf Jahre geändert hat, wird man am zukünftigen Erfolg der Verkaufsplattform *Kindle Worlds* bemessen können.

Nicht allein die Kommerzialisierung, sondern auch die vollständige Rechteübertragung an das Unternehmen wird von Fanfiction-Verfassern oft kritisiert. Diese Übertragung der Urheberrechte, welche im anglo-amerikanischen Copyright-Raum durchaus gesetzlich möglich ist, ist mit der deutschen Rechtslage nicht zu vereinbaren. Hieraus ergeben sich für die Umsetzung von Geschäftsmodellen nach US-amerikanischem Vorbild in Deutschland zwei entscheidende Problematiken. In Deutschland haben Verlage nicht die Möglichkeit, sich die Rechte an einer geistigen Schöpfung vollständig übertragen zu lassen. Hierdurch könnte der Autor, auf dessen Werk Fanfictions basieren, bei der Umsetzung eines Geschäftsmodells, welches seine Urheberrechte berührt, regelmäßig ein Mitspracherecht einfordern. Des Weiteren kann sich der Verlag auch von den Fanfiction-Verfassern das Urheberrecht nicht vollständig überschreiben lassen. Hier könnten auf die Verlage zu einem späteren Zeitpunkt rückwirkende Forderungen, wie beispielsweise auf eine angemessene Vergütung nach UrhG § 32a, zukommen. Dies sind zwei relevante Einflussgrößen, welche für Verlage nicht kontrollierbar sind und ein Risiko bei der Umsetzung einer Marktstrategie darstellen.

Neben den genannten harten Faktoren spielen auch die Einstellung zu geistigem Eigentum und das Selbstbild der Verlage eine wichtige Rolle. Das anglo-amerikanische Copyright schützt vor allem wirtschaftliche Interessen, weshalb sich Fanwerke, welche keine ökonomischen Risiken darstellen, in einer rechtlichen Grauzone befinden. Anders ist es im deutschen Urheberrechtsraum, wo Fanfictions, die keine selbstständige geistige Schöpfung darstellen, gegen die Rechte des Autors verstoßen. Durch diese klare Urheberrechtsverletzung wird auch die Wahrnehmung und Akzeptanz von Fanfiction in Deutschland mit beeinflusst. Verlage sehen sich selbst außerdem als Qualitätsgaranten für ihre Leser und versuchen dieses Image best-

möglich nach außen zu kommunizieren. Ein Geschäftsmodell oder auch eine Marketingstrategie, in welcher ein Publikationsprozess unterstützt wird, der nicht den strengen lektorarischen Auflagen unterliegt, den Verlage momentan an ihr Portfolio richten, ist für viele Verlage schwer vorstellbar. Es wird befürchtet, dass die Förderung der Prosumenten-Aktivitäten den eigenen Markenwert herabsetzt, da die Kontrolle über den publizierten Content nicht mehr gegeben ist.

Zwar gibt es zum heutigen Zeitpunkt genug Einflussfaktoren, durch die eine vorsichtige Haltung gegenüber der Umsetzung von Fanfiction-involvierenden Marktstrategien durch deutsche Verlage gerechtfertigt ist, dennoch lassen die Expertenmeinungen darauf schließen, dass eine stärkere Wahrnehmung und Beobachtung der Szene für die Zukunft ratsam wäre. Schon Toffler prognostizierte ein Wachstum der Prosumenten-Aktivitäten (292f) und auch Askwith hält einen Anstieg der »Productive Activities« für wahrscheinlich (82); das oben erwähnte Wachstum auf *fanfiction.de* unterstützt beispielhaft diese Vorhersagen der Experten. Deutsche Verlage beschränken sich bislang weitgehend auf den Touchpoint »Social Interaction«, um dem Prosumenten-Bedürfnis gerecht zu werden.

Durch das Potenzial der Fans als emotional engagierte Prosumenten sowie das stetige Wachstum der Szene in Deutschland ist zukünftig eine zunehmende Auseinandersetzung mit der Thematik durch deutsche Verlage nicht auszuschließen. Wie bereits aufgeführt, wurde im *buchreport*-Magazin innerhalb der letzten zwei Jahre zwar kein Artikel veröffentlicht, der sich schwerpunktmäßig mit Fanfiction beschäftigte, dennoch sind auf dem Online-Auftritt des Fachmagazins mehrere Artikel zu finden, in denen Fanwerke erwähnt werden. Im Jahresrückblick 2013 des *buchreports* wird zudem konstatiert, dass die Fanfiction-Szene von Verlagen aufgrund von anglo-amerikanischen Geschäftsmodellen und kommerziellen Erfolgsgeschichten wie *Shades of Grey* »nicht mehr belächelt« werde (*Jahresrückblick*). Dies lässt darauf schließen, dass sich die Wahrnehmung von Belletristik-Fanfictions durch die deutsche Verlagsbranche in einem Wandlungsprozess befindet, der noch nicht abgeschlossen ist.

Literatur

- Amazon Inc. FAQ. <https://kindleworlds.amazon.com/faqs> (20. Nov. 2013).
- Amazon Inc. Kindle Worlds – New stories inspired by books, shows, movies, comics, music, and games people love. <http://www.amazon.com/gp/feature.html?ie=UTF8&docId=1001197421> (20. Nov. 2013).
- Askwith, Ivan. *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium*. Master's thesis, MIT, 2007.
- buchreport-Umfrage zum Wettbewerb durch Selfpublisher, 29. Apr. 2013. http://www.buchreport.de/nachrichten/verlage/verlage_nachricht/datum/2013/04/29/ein-verlag-steht-fuer-qualitaet.htm (20. Nov. 2013).
- buchreport-Ranking »Die 100 größten Verlage«, 3. Apr. 2012. http://www.buchreport.de/nachrichten/nachrichten_detail/datum/2012/04/03/minus-statt-nullsumme.htm (16. Mär. 2014).
- buchreport Jahresbestseller Hardcover, 25. Jan. 2014. http://www.buchreport.de/bestseller/jahresbestseller/hardcover.htm?tx_bestseller (16. Apr. 2014).
- Bridle, James. How Kindle Worlds aims to colonise fan fiction, 1. Jun. 2013. <http://www.theguardian.com/books/2013/jun/02/kindle-worlds-amazon-fan-fiction> (20. Nov. 2013).
- Cygnnet, Leva. On the Demise of Fanlib, and Why Fan-run Sites Are More Likely to Succeed, 24. Jul. 2008. <http://firefox.org/news/articles/1677/1/On-the-Demise-of-Fanlib-and-Why-Fan-run-Sites-Are-More-Likely-to-Succeed/Page1.html> (27. Mär. 2014).
- Derecho, Abigail. Archontic literature: A definition, a history, and several theories of fan fiction. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Eds. Kristina Busse und Karen Hellekson, 61–78. Jefferson: McFarland, 2006.
- Der Jahresrückblick von buchreport.de: Teil 1, 23. Dez. 2013. http://www.buchreport.de/nachrichten/online/online_nachricht/datum/2013/12/23/der-gnadenlose-disruptor.htm (16. Mär. 2014).
- Hanekop, Heidemarie und Volker Wittke. Kollaboration der Prosumenten. *Prosumer Revisited: Zur Aktualität einer Debatte*. Eds. Birgit Blättel-Mink und Kai-Uwe Hellmann, 96–111. Wiesbaden: VS, 2010.
- Jenkins, Henry. Transforming Fan Culture into User-Generated Content, 22. Mai 2007. <http://henryjenkins.org> (19. Nov. 2013).
- Kreutzer, Till. *Das Modell des deutschen Urheberrechts und Regelungsalternativen*. Baden-Baden: Nomos, 2008.
- Pugh, Sheenagh. *The Democratic Genre: Fan Fiction in a Literary Context*. Bridgend: Seren, 2005.

- Roose, Jochen und Mike Schäfer. Fans und Partizipation. *Fans – Soziologische Perspektiven*. Eds. Jochen Roose, Mike Schäfer und Thomas Schmidt-Lux, 363–386. Wiesbaden: VS, 2010.
- Roose, Jochen, Mike Schäfer und Thomas Schmidt-Lux. Einleitung: Fans als Gegenstand soziologischer Forschung. *Fans – Soziologische Perspektiven*. Eds. Jochen Roose, Mike Schäfer und Thomas Schmidt-Lux, 9–26. Wiesbaden: VS, 2010.
- Sendlor, Charles. FanFiction.Net Member Statistics, 18. Jul. 2010. <http://ffnresearch.blogspot.de/2010/07/fanfictionnet-users.html> (23. Nov. 2013).
- Tobin, Vera. Ways of Reading Sherlock Holmes: The Enrichment of Discourse Blends. *Language and Literature* 15.1 (2006): 73–90.
- Toffler, Alvin. *Die Dritte Welle – Zukunftschance*. München: Goldmann, 1983.
- Tushnet, Rebecca. Legal Fictions: Copyright, Fan Fiction, and a New Common Law. *Loyola of L.A. Entertainment Law Journal* 17.3 (1997): 651–686.
- Veh, Anna von. Anna von Veh über Perspektiven der Kindle Worlds, 31. Mai 2013. http://www.buchreport.de/nachrichten/verlage/verlage_nachricht/datum/2013/05/31/ohne-fanfiction-verlieren-wir-generation-en-von-lesern.htm (16. Mär. 2014).
- Wilking, Thomas. Die neue Durchlässigkeit. *buchreport.magazin* 4, 2013: 48–53.
- Williams, Chris. Chris Williams Responds to Our Questions, 25. Mai 2007. <http://henryjenkins.org> (19. Nov. 2013).

Das »K« in Fanfiction: Nationale Spezifika eines globalen Phänomens

Vera Cuntz-Leng

Es wird viel davon geredet, dass die Welt durch das Internet zum globalen Dorf zusammenwächst und nationale Identitäten oder gar regionale Spezifika im virtuellen Raum an Bedeutung verlieren. Diese Hypothese gilt vielleicht in ganz besonderem Maße für die Media Fandoms¹, denn deren Blütezeit begann tatsächlich erst mit der Einführung des Web 2.0, als Fandoms und Fanaktivitäten online zum Massenphänomen wurden (Busse, Hellekson 13–17; *A Brief History* 53f; Jamison 112f). Fans mögen zwar eine globale Community sein, das macht sie aber nicht homogen.

Das Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, zunächst eine deutsche Alternativhistorie zur dominanten anglo-amerikanischen Entstehungsgeschichte von Fanfiction (oder eingedeutscht »Fanfiktion«) – der Literatur, die Fans innerhalb eines bestimmten Media Fandoms zu einem Kulturprodukt anfertigen, teilen und verbreiten – zu erzählen. Dies dient der Verdeutlichung der Heterogenität von Fandom-Historien und unterstreicht die Wichtigkeit differenzierterer weiterer Forschungsarbeiten, welche die Uneinheitlichkeit von (nationalen, regionalen und lokalen) Fankulturen mitdenken und diskutieren.

Im Anschluss daran soll ein Vergleich zwischen zwei Multifandom-Online-Plattformen für Fanfiction dafür genutzt werden, um nationale Spezifika eines transnationalen Phänomens offenzulegen und kritisch zu reflektieren: das ausschließlich deutschsprachige Ar-

1 Unter Media Fandoms verstehe ich nach Coppa Literatur-/Buchfandoms (zum Beispiel *Harry Potter*), Filmfandoms (zum Beispiel *Pulp Fiction*) und Fernsehserienfandoms (zum Beispiel *X-Files*), wobei bereits Coppa auf Probleme einer begrifflichen Trennschärfe zu anderen Fandoms – Comics, Computerspiele, Anime und Manga, Bands, Künstler und andere prominente Persönlichkeiten – hingewiesen hat (55).

chiv *fanfiction.de* (nachfolgend abgekürzt als *FFde*) mit 278.292 Einträgen und die internationale Fanfictionplattform *archiveofourown.org* (nachfolgend abgekürzt als *AO3*) mit 1.202.841 Einträgen (21. Jul. 2014). Abschließend sollen einige unikal deutsche Fanfictionphänomene vorgestellt und über Gründe für ihre nationale Popularität spekuliert werden.

Entwicklung deutschsprachiger Fanfiction – von Schiller bis Scully

Wer die Vor- und Frühgeschichte der Fanfiction erzählt, greift entweder ganz weit zurück – zum Beispiel durch Verweis auf das *imitatio*-Konzept des griechischen Historikers Dionysius (Jamison 26) – oder sucht nach den Wurzeln im englischen Sprachraum, etwa bei Shakespeares *Hamlet* (Jamison 28) oder in den kleinen Geschichten, die die Brontë-Geschwister über ihre Spielzeugsoldaten erfanden (Stasi 130). Doch da sich unser Verständnis des Zusammenspiels von Autoren, Schreiben, Texten, Lesern und Lesen, Publizieren, Original, Kopie und Quelle über die Zeit beständig gewandelt hat und noch wandelt, sind diese frühen Formen derivativer Textproduktion nur schwerlich mit unserem gegenwärtigen Verständnis von Fanfiction in Einklang zu bringen. Jamison weist darauf hin, dass aber die Tätigkeit des Weitererzählens in bekannten Gefilden und des Bedienens bei älteren Quellen und Geschichten an sich von diesen Wandlungen und Trends unberührt geblieben ist (35). Fanfiction legt nur seine Quellen stets offen und verschleiert seine Herkunft nicht.

Anglo-amerikanische Rekapitulationen der Geschichte von Fanfiction – eine ohnehin bislang vernachlässigte und ungenügend erforschte Arbeit (*A Brief History* 41) – markieren den Anfangspunkt tatsächlicher *Fanfiction* gern bei den englischen *Sherlock Holmes*- und Jane Austen-Fans ab den 1910er Jahren (Jamison 42–47) oder bei den amerikanischen *pulp fictions* der 1930er Jahre, wo Science-Fiction-Fans aufgrund der unregelmäßigen Erscheinungsdaten und teilweise langen Wartezeiten auf die nächste Ausgabe von *Amazing Stories* oder *Weird Tales* die ersten Fanzines mit Geschichten von Amateuren

herausbrachten, die eine gewisse Kompensation des defizitären Marktes boten (*A Brief History* 42–43). Beides erscheint allerdings für die Entwicklung von Fanfiction in Deutschland eher irrelevant.

Bei Goethe und Schiller anzufangen, wenn man über Kultur in Deutschland berichtet, mag etwas plakativ sein, aber in diesem Fall gibt es dafür aus frühgeschichtlicher Perspektive auf derivative Schriften im deutschen Sprachraum durchaus gute Gründe. Zum einen ist sowohl bekannt, dass Schiller Goethe verehrte (Hart 92), als auch, dass Goethe wiederum ein Fan Shakespeares (Goethe 129f) und des Elisabethanischen Theaters war und sein *Faust* wohl durchaus in Kenntnis von Christopher Marlowes *The Tragical History of the Life and Death of Doctor Faustus* entstand. Zum anderen folgte der Veröffentlichung von Goethes *Die Leiden des jungen Werthers* eine Suizidwelle von Lesern (Coleman 2), die sich mit dem tragischen Protagonisten identifiziert hatten. Mehr als 200 Jahre später hatte der Selbstmord von Kurt Cobain auf einige Nirvana-Fans den gleichen Effekt (Coleman 192f). Jene »affective affinities« (Chin, Morimoto 92), die sich aus diesem Rezeptionsverhalten in seiner wohl extremsten Form ablesen lassen, erinnern an Mechanismen und »mildere« Praktiken der Identifikation mit dem Fanobjekt (zum Beispiel durch Tragen bestimmter Fanshirts oder Fantätowierungen), die in der Popkultur gang und gäbe sind.

Neben dem sogenannten Werther-Effekt ist im konkreten Zusammenhang zu Fanfiction aber besonders das Phänomen der »Wertheriaden« interessant. Dies bezeichnet derivative/transformative Schriften, die in unmittelbarer Reaktion auf Goethes Novelle von anderen Autoren (zum Teil anonym) verfasst und publiziert wurden, unter anderem Karl Friedrich Ernst von Reitzensteins *Lotte bey Werthers Grab*, Heinrich Gottfried von Bretschneiders *Eine entsetzliche Mordgeschichte von dem jungen Werther*, J. M. Goezes *Kurze aber nothwendige Erinnerungen über die Leiden des jungen Werthers* und schließlich Ulrich Plenzdorfs *Neue Leiden des jungen W.* (Jäger; Schmiedt 113).

Das künstlich hergestellte Gefälle zwischen Hoch- und Populärkultur sowie die Aufrechterhaltung der damit einhergehenden sozialen Distinktionen (Bourdieu 249f) machen eine Diskussion Goethes im Kontext von deutscher Fankultur und Fanfiction ebenso schwer wie im oben kurz angedeuteten Falle Shakespeares für die englisch-

sprachige Fanfictionengeschichtsschreibung. Jensons Diskussion der Dichotomien Hochkultur/Populärkultur und Aficionados/Fans macht deutlich, wie willkürlich in Goethes Fall und seiner Rezeption diese Grenze gesetzt und aufrechterhalten wird. Sie konstatiert:

What is the basis for these differences between fans like »them« and aficionados like »us«? There appear to be two crucial aspects – the objects of desire, and the modes of enactment. The objects of an aficionado's desire are usually deemed high culture: [...] if the object of desire is popular with the lower or middle class, relatively inexpensive and widely available, it is fandom (or a harmless hobby); if it is popular with the wealthy and well educated, expensive and rare, it is preference, interest or expertise. [...] Fans are believed to be obsessed with their objects, in love with celebrity figures, willing to die for their team. Fandom involves an ascription of excess, and emotional display [...]. Affinity, on the other hand, is deemed to involve rational evaluation, and is displayed in more measured ways – applause and a few polite »Bravos« after concerts; crowd murmurs at polo matches; attendance of »big-name« sessions at academic conferences. (Jenson 19–20).

Macht man sich von dieser kulturellen Hierarchisierung frei, lassen sich zum Beispiel aufschlussreiche Analogien zwischen Goethe und Karl May herstellen (Schmiedt 107f), den ich an dieser Stelle als erste unbestreitbare Ikone deutscher Populärkultur annehmen möchte. Noch heute ist May einer der meistgelesenen, meistübersetzten und adaptierten deutschsprachigen Autoren (Petzel, Wehnert 448f). Das älteste Zeugnis einer Fanfiction in Karl Mays »Universum« ist durch einen Brief aus dem Jahr 1895 (May 41) dokumentiert, wo May einem Fan die Erlaubnis erteilt, einen Text in der Knaben-Zeitung *Der Gute Kamerad* zu veröffentlichen. Vergleichbar mit den Wertheriaden entstand über die Jahrzehnte eine Vielzahl von literarischen Werken, die ihren Bezug zu Karl May ganz klar herausstellen, zum Beispiel Edmund Theils mehrbändige Reihe *Jagd auf die Raubkarawane*, Reinhard Marheineckes 38 *Winnetou*-Romane und Franz Kandolfs *In Mekka*, das als Fortsetzung von Mays Fragment *Am Jenseits* »keine einzige Passage aus der Feder Karl Mays enthält, [aber] bekanntlich sogar in die Radebeuler und Bamberger May-Ausgaben hineingerückt« (Schmiedt 115) ist.

Zwei Weltkriege stellen auch in Bezug auf die potenzielle Ausbildung von Fanfiction als kultureller Praxis eine Zäsur dar. Während

sich die 1930er Jahre für das Science-Fiction-Fandom in Großbritannien und den USA als fruchtbare Epoche entpuppten (*A Brief History* 42f), führten die gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen der Nazizeit zu einer »interrogation of cultural values« (Uricchio 21) in Deutschland. Die anschließende Nachkriegszeit war durch eine, teils erzwungene, Aufarbeitung der jüngsten Vergangenheit (»Amerikanisierung von oben«) und eine grundsätzliche Re-Evaluierung der nationalen Identität geprägt sowie durch die Suche nach neuen Werten, Vorbildern und einem neuen Selbstverständnis. Die Stationierung von Alliierten in West-Deutschland und eine voranschreitende Hegemonie US-amerikanischer Kultur durch Kino, Musik, Technologie, Bekleidung und Lifestyle hatten indes eine »Amerikanisierung von unten« zur Folge, die einen Generationenkonflikt und in der Folge die Ausprägung von Jugend- und Fankultur beflügelte. Gerade die Kriegskinder, die nun zu Jugendlichen herangewachsenen waren, verspürten eine Sehnsucht nach Vergnügen, Zerstreuung und dem *American Way of Life*, während die kulturpessimistische Elterngeneration noch mit Adorno den »Triumph des vulgären Materialismus« (Maase) beweinten:

Es ging um Mitspracherechte von Jugendlichen, um Freiräume und Konsummöglichkeiten, um weniger Disziplinierung, um – ein zentrales Stichwort für die Überlegenheit des Amerikanischen – mehr Lässigkeit. Aus Filmen und Musik, aus Stargeschichten, Reportagen und Propagandaschilderungen setzten Jungen und Mädchen sich ein Wunschbild zusammen, in dessen Mittelpunkt Freiheit und Toleranz gegenüber jugendlichen Lebensformen standen. Sie blickten neidvoll nach Amerika, verehrten James Dean und begeisterten sich am Rock'n'roll – und sie meinten: Nehmt uns ernst! Lasst uns Frisuren und Hosen so tragen, lasst uns Musik so hören, wie es uns gefällt! Hört auf, uns zu kontrollieren und zu schikanieren! Öffnet Euch für das Moderne, statt an verstaubten Maßstäben festzuhalten! Und es gab noch einen Subtext, zaghaft, aber im Rückblick unüberhörbar, der etwa so klang: Seid mal ein bisschen leiser! Wir machen Eurer Generation ja keinen Vorwurf, aber *wir* müssen die Sache mit dem Krieg und Hitlers Verbrechen ausbaden. Wir sind eine neue, an der Zukunft orientierte Generation – und die Zukunft spricht amerikanisch. (Maase).

Für Jugendliche im West-Deutschland der 1950er und 1960er Jahre verhiess Amerika Freiheitlichkeit, Eigenverantwortung und Selbstbe-

stimmung – Attribute, die interessanterweise nach wie vor immer wieder im Kontext von Fanproduktionen genannt werden, die das Recht auf Teilhabe an der Generierung von Kulturgütern nachdrücklich einfordern.

Im Jahr 1955 wurde der *Science Fiction Club Deutschland* (SFCD) gegründet, der mit *Andromeda* das erste deutschsprachige Fanzine veröffentlichte (Kuttner; Witting 8); später folgten *Science Fiction Times* und *Andromeda-Nachrichten*. Neben Buchbesprechungen, Leserbriefen und Berichten von Fantreffen veröffentlichten diese Magazine auch eigene Geschichten der Clubmitglieder (Kuttner).

SFCD-Gründungsmitglied Walter Ernsting, besser bekannt unter dem Pseudonym »Clark Darlton«, erschuf 1961 mit *Perry Rhodan* die bislang umfangreichste Science-Fiction-Heftreihe, die zwar in verschiedene Sprachen übersetzt wurde (Stache 60), aber nach wie vor ein unikal deutsches Phänomen darstellt. Da selbst aus der Fankultur hervorgebracht und von vornherein als kollaboratives Projekt gedacht, war bei *Perry Rhodan* konzeptionell von Beginn an die Einbeziehung von Fans vorgesehen. Der Verlag versorgte Fanclubs nicht nur mit Merchandisingartikeln (Stache 63), Anregungen aus Leserbriefen an die Redaktion flossen auch direkt in den Handlungsverlauf der Serie ein, so dass die Demarkationslinie zwischen Autoren und Fans nicht allzu scharf gezogen war. Als beispielsweise 1988 die Spin-off-Heftserie *Atlán* nach 850 Ausgaben endete, initiierten mehrere Fanschreiber kurzerhand eine Fortsetzung der abgebrochenen Handlungsstränge in der 23-bändigen *Atlán*-Fanzineserie, die zwischen 1989 und 2001 im Mohlberg-Verlag erschien.

Trotz des Erfolgs von *Perry Rhodan* und einer Vielzahl generischer Gemeinsamkeiten blieb das Aufkommen einer *Star Trek*-Fankultur in Deutschland bis zum Start des ersten Kinofilms im Jahr 1979 aus. In den USA hatte *Star Trek* die Fankultur schon seit den späten 1960er Jahren nachhaltig transformiert: Fanfiction war keine Begleiterscheinung des Fandoms mehr, sie war in ihr Zentrum gerückt; parallel dazu fanden immer mehr Frauen ihren Weg in das zunächst männlich dominierte Science-Fiction-Fandom und okkupierten das Schreiben von Fanfiction als ihr Gefilde. 1970 identifizierten sich 83 Prozent der amerikanischen Fanfiction-Schreiber mit dem weiblichen Geschlecht, drei Jahre später waren es sogar 93 Prozent (*A Brief His-*

tory 47). Beide Entwicklungen stehen in einem direktem Zusammenhang, so dass erste wissenschaftliche Auseinandersetzungen mit Fanfiction – insbesondere auch mit der Subsparte homoerotischer Slash-Fiction – die feministische Dimension dieser Aktivität in den Blick genommen haben (Bacon-Smith; Penley; Russ).

Das deutsche *Star Trek*-Fandom der 1980er Jahre verfügte schließlich ebenfalls über eine rege Fan- und Fanzinekultur (zum Beispiel *Sternreisen*, *Trekworld* und *Transwarp*), reichte aber niemals an die Dimensionen der englischsprachigen Community heran: Verba führt im Appendix ihrer Studie zu *Star Trek*-Fanzines von 1967 bis 1987 die unglaubliche Zahl von mehr als 450 englischsprachigen Fanzines auf (80–84), in Deutschland waren es nur eine Handvoll. Gerade Slash-Fanfiction blieb in der deutschen Szene eine Ausnahmeerscheinung, während es in der englischsprachigen *Star Trek*-Fanfictioncommunity fast zur Regel geworden war.

Abgesehen von *Perry Rhodan* und *Star Trek* gab es in Deutschland in den 1980er und 1990er Jahren sowohl transnationale wie spezifisch deutsche Media Fandoms, Letztere beispielsweise zu den Fernsehserien *Raumpatrouille* – *Die phantastischen Abenteuer des Raumschiffes Orion* und *Anna*, zu Angela Sommer-Bodenburgs *Der kleine Vampir*-Romanen sowie zu verschiedenen Hörspielreihen für unterschiedliche Altersgruppen. Beliebt waren bei Kindern und Jugendlichen vor allen Dingen *EUROPA*-Hörspiele wie *Die drei ???*, *TKKG*, *Masters of the Universe* und *Hui Buh*, während *Macabros*, *Larry Brent*, *Dämonenkiller* und *Edgar Wallace* sowie die Hörspielfassungen des Tonstudio Braun der Heftchenromane *Geisterjäger John Sinclair* ein erwachsenes Publikum anzogen. Der Grad der Auswertung dieser Phänomene durch Fanfiction ist heute kaum noch nachvollziehbar. Transnationale Fandoms, die in Deutschland zu dieser Zeit relevant waren sowie über Fanclubs (zum Beispiel *Freunde von Darkover* oder der *European Star Wars Fan Club* (ESWFC)) und Fanzines (zum Beispiel der *Hamburger Donaldist*, die *Baracus-News* im *A-Team*-Fandom oder *Journal of the Whills* im *Star Wars*-Fandom) verfügten, die Fanfiction veröffentlichten, existierten ebenfalls. Dazu zählten unter anderem *Donald Duck*, die TV-Serien *Beauty and the Beast*, *A-Team*, *Knight Rider*, *Miami Vice*, *Riptide*, *X-Files*, *Baywatch* und *Beverly Hills 90210*, die Fantasyfilme *Labyrinth* und die *Star Wars*-Trilogie, die *Darkover*-Romane von Mari-

on Zimmer-Bradley und die Vampirchroniken von Anne Rice. Fanfiction-Relikte einiger dieser transnationalen Media Fandoms aus prädigitalen Tagen lassen sich noch heute auf *FFde* entdecken: zum *A-Team* existieren 74 Einträge, 29 zu *Beauty and the Beast*, acht zu *Beverly Hills 90210*, 19 zu *Knight Rider*, 35 zu *Labyrinth*, 21 zu Marion Zimmer-Bradley, 79 zu *Riptide*, 93 zu den Vampirchroniken und 183 zu den *X-Files*. Dass auf dieser Plattform zu *Star Wars* 1.624 deutsche Fanfictions gelistet sind, hängt vermutlich mit der Fortsetzung der Saga ab Anfang der 2000er Jahre zusammen.

Fanfiktion im neuen Jahrtausend

Mindestens zwei Gründe lassen sich für die Tatsache identifizieren, dass Fanfiction in Deutschland schließlich Ende der 1990er Jahre eine größere Rolle in deutschen Fangemeinschaften spielte: die Erschließung von Deutschland als Markt für japanische Manga und Anime einerseits (Malone 23–24), die die Fanfictionkultur innerhalb der Media Fandoms für andere Kulturgüter öffnete (*A Brief History* 54–57), und die Erfindung des Internets andererseits, das durch »the movement of fandom from a physical space to a virtual one« (Busse, Hellekson 16–17) einen gravierenden Paradigmenwechsel innerhalb von Fankulturen einläutete. Zwischen 1998 und 2000 entstanden im damals hinsichtlich seiner partizipatorischen Möglichkeiten noch relativ unentwickelten Netz diverse deutschsprachige Mailinglisten und *Yaboo!*-Newsgroups, mit einiger Verspätung gegenüber den englischsprachigen Pendanten (Busse, Hellekson 13–17; *A Brief History* 53–54). Sie sorgten für eine höhere Sichtbar- und Verfügbarkeit, niedrigere Latenzzeiten zwischen der Veröffentlichung offizieller Inhalte und den Reaktionen durch die Fans sowie für eine Vereinfachung in den Interaktionsmöglichkeiten von Fanfiction-Schreibern untereinander, auch auf globaler Ebene. Aufgrund der ohnehin geringen Größe der deutschen Media Fandoms der 1990er Jahre schafften nicht alle den Sprung ins Internet, da unter ihnen Initiatoren mit einer gewissen Technikaffinität sein mussten, um die Nutzung der digitalen Kommunikationswege voranzutreiben. Dies war zum Bei-

spiel im *X-Files*-Fandom der Fall, das die neuen technischen Möglichkeiten zur Verbreitung von Fantexten nutzte (Ganz-Blättler; Wiemker). Interessant ist außerdem, dass nun auch die Gründung von fandomübergreifenden Interessengruppen stattfand, wie die *Deutsche Fanfiction Liste* (DFFL) und *German Speaking Slashers United* (GSSU), deren Gemeinsamkeit nicht mehr in der Begeisterung für ein dezidiertes Fandom, sondern im Interesse an Fanfiction bzw. für ein bestimmtes Fanfictionsubgenre bestand.

Die Gründung zweier deutschsprachiger Multifandom-Fanfictionarchive im Jahr 2000 bestätigte die zunehmende Anerkennung und Bedeutsamkeit von Fanfiction als kreativer Praxis innerhalb deutscher Fancommunities: *Animexx* und *Fanficparadies* (aufgegeben im Jahr 2008). Der thematische Fokus von *Animexx* auf Manga und Anime unterstreicht zudem die exponierte Stellung dieser Fandoms innerhalb der deutschen Fanfictioncommunity. Zeitgleich lässt sich eine zunehmende Orientierung deutscher Fanfictionfans gen internationalen Fanfictioncommunities anhand der ersten deutschen Fanfictions dokumentieren, die relativ simultan auf dem Multifandom-Flagschiff *fanfiction.net* veröffentlicht wurden: *Der König, das Mädchen und ein Versprechen* von Lorelei Lee im *Labyrinth*-Fandom (März 2001), *Vollmond* von Steffi Silberstreif in *Harry Potter* (April 2001), *Sons of the Dark Siders* von Tifa_Lockheart_Nibelheim in *Star Wars* (April 2001) und *Caitlin* von Artemis1000 in *Buffy the Vampire Slayer* (April 2001). Dieser simultane Prozess aus nationaler Etablierung der Praxis und internationaler Orientierung setzte sich bis ins Jahr 2004, dem Gründungsjahr des mittlerweile einflussreichsten und größten deutschsprachigen Online-Fanfictionarchiv *FFde*, kontinuierlich fort. Obgleich andere Soziale Medien wie *Facebook*, *Twitter* und *tumblr* in den letzten zehn Jahren hinzugekommen sind und sowohl die Partizipativkultur an sich als auch die konkreten Erscheinungsformen von Fanfiction im Internet weiter verändern (Bury et al), werden diese Multifandom-Archive nach wie vor stark frequentiert und stellen besonders für Fanfictionneulinge den Einstieg in das Phänomen dar.

Die besondere Signifikanz von Manga- und Animefandoms für die deutsche Fanfictioncommunity lässt sich noch heute nachweisen. 29 Prozent aller Fanfiction auf *FFde* zählt zu dieser Kategorie und macht sie damit zur Größten der ganzen Plattform. Sogar 49,5 Pro-

zent der insgesamt 148.220 Texte auf *Animexx* fallen in diese Kategorie, während auf den internationalen Plattformen der Anteil spürbar geringer ausfällt: 25,3 Prozent der insgesamt 41.183.979 Texte auf *fanfiction.net* und 11,6 Prozent auf *AO3*. Legt man für diese Erhebung bei *AO3* die Fandomtags zu Grunde, die auch Mehrfachzuordnungen zu Fandoms erlauben, was insbesondere bei transmedialen Franchises wie *The Avengers* (zum Beispiel Comic und Film) eine Rolle spielt, kommt man sogar nur auf vier Prozent Anime/Manga.

Anhand einer Gegenüberstellung² der Verteilung der jeweiligen Oberkategorien auf der ausschließlich deutschsprachigen Plattform *FFde* (Abb. 1) und der primär englischsprachigen, internationalen Plattform *AO3* (Abb. 2) lassen sich weitere Unterschiede in den Fandompräferenzen der Mitglieder ausmachen. Auch hier sind bei *AO3* Mehrfachkategorisierungen durch multiple Tags möglich, während bei *FFnet* jeder hochgeladenen Story nur eine Oberkategorie als Tag zugewiesen werden kann.

2 Die Entscheidung, genau diese beiden Plattformen für eine Gegenüberstellung zu nutzen, hatte einige pragmatische Gründe: Beide Plattformen haben eine vergleichbare Größe, gliedern die Fandoms jeweils in zehn Oberkategorien und sind relativ gut mit den vorhandenen Suchfunktionen auswertbar. Der Fokus von *Animexx* auf Manga und Anime ist zu stark, als dass dies ein verzerrungsfreies Ergebnis hervorbringen würde. Die Vergleichbarkeit von *fanfiction.net* mit den anderen Plattformen ist aufgrund der enormen Größe sowie dem Verbot expliziter Inhalte (*adult content*) nicht gegeben.

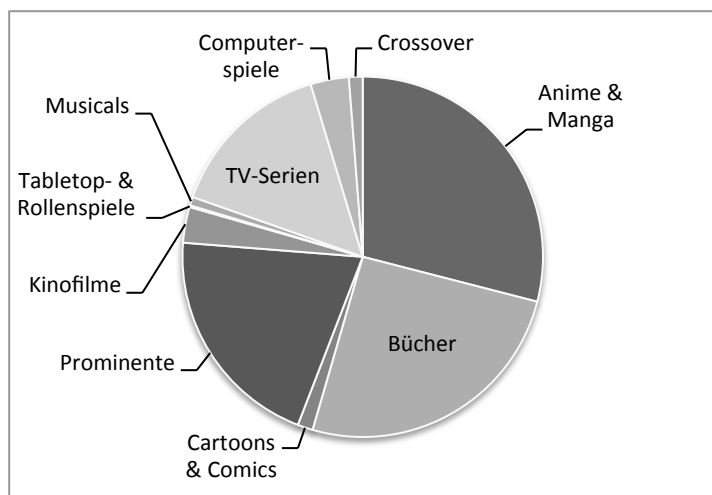


Abb. 1: Oberkategorien auf FFde

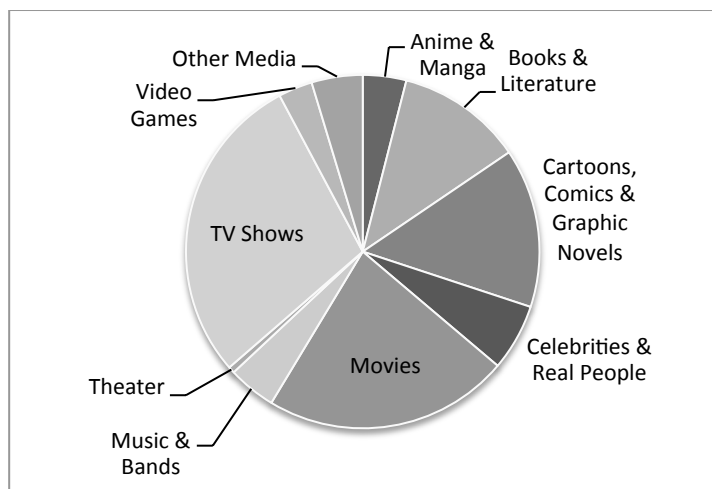


Abb. 2: Oberkategorien auf AO3

Auf FFde stellen die größten Kategorien »Anime & Manga« und »Bücher« mehr als die Hälfte der Plattform. Auf AO3 gibt es zwei ähnlich dominante Kategorien, diese sind allerdings »TV Shows« und »Movies«, die die Hälfte der gesamten Fanfictionuploads ausmachen.

Während Mitglieder auf der deutschen Plattform also Printmedien priorisieren, generieren auf *AO3* audiovisuelle Medien mehr Fanproduktivität. Die drittgrößte Kategorie auf *FFde* mit knapp über zwanzig Prozent heißt »Prominente«, die auf *AO3* in die beiden Bereiche »Celebrities & Real People« und »Music & Bands« zergliedert ist. Selbst aufaddiert ist der prozentuale Anteil an Fanfiction zu real existierenden Personen auf *AO3* nur halb so groß wie auf *FFde*. Mit knapp 15 Prozent stellen »TV-Serien« die viertgrößte Kategorie – es ist denkbar, dass mit zunehmender Kontinuität des Herüberschwappens der sogenannten *Quality TV*-Welle, deren internationaler Erfolg sich auch anhand der beliebtesten Fandoms auf *AO3* abbilden lässt, diese Oberkategorie auf *FFde* künftig größeren Zuwachs bekommen wird. Mit Werten zwischen 0,2 und 3,4 Prozent sind die verbleibenden sechs Oberkategorien auf *FFde* signifikant kleiner. Auf *AO3* ist das Verhältnis hingegen ausgeglichener, denn nur zwei Kategorien fallen unter die 3,4-Prozent-Anteilsmarke. Interessanterweise sind dies genau jene beiden Kategorien, die als Einzige auf beiden Plattformen ungefähr in gleicher Intensität vertreten sind: »Video Games« bzw. »Computerspiele« mit etwa drei Prozent und »Theater« bzw. »Musicals« mit je einem Prozent.

Ein Vergleich der größten Fandoms (sowohl in absoluten Zahlen als auch in den Anteilen der jeweiligen Fandoms am Gesamtvolumen des Archivs), die auf *AO3* bzw. *FFde* aufgelistet sind, lassen sich weitere Unterschiede in den von deutschen und (primär) englischsprachigen Fanfiction-Verfassern favorisierten Fandoms identifizieren:

	FF.de	AO3
Gesamtvolumen	278.792	1.202.841
<i>Harry Potter</i>	34.916 (12,5%)	60.458 (5%)
<i>Naruto</i>	25.382 (9,1%)	8.174 (0,7%)
<i>Twilight</i>	13.842 (5%)	4.005 (0,3%)
<i>One Piece</i>	8.024 (2,9%)	2.183 (0,2%)
One Direction	5.941 (2,1%)	26.753 (2,2%)
Tokio Hotel	4.492 (1,6%)	697 (0,06%)

<i>Yu-Gi-Oh!</i>	4.324 (1,6%)	2.035 (0,17%)
<i>Supernatural</i>	3.144 (1,13%)	76.300 (6,34%)
<i>Sherlock Holmes</i>	2.827 (1%)	63.636 (5,3%)
<i>The Avengers</i>	889 (0,32%)	44.956 (3,74%)
<i>Doctor Who</i>	557 (0,2%)	32.708 (2,74%)

Die Tabelle zeigt, dass auf der deutschen Seite eine geringere Ausdifferenzierung in unterschiedliche Fandoms stattfindet als auf *AO3*, denn die größten Fandoms haben hier einen wesentlich höheren Anteil am Gesamtvolumen der Plattform (Summe der drei beliebtesten Fandoms auf *FFde* 26,6 Prozent gegenüber 16,6 Prozent auf *AO3*). Es ist außerdem auffällig, dass nur *Harry Potter* und die Boyband One Direction eine ähnliche Popularität auf beiden Plattformen genießen. Neben den *FFde*-Anime/Manga-Spitzenreitern *Naruto*, *One Piece* und *Yu-Gi-Oh!* ist auch *Twilight* von geringer Popularität auf *AO3*. Dies gilt ebenfalls für Tokio Hotel als einzigem Fandom deutscher Herkunft in der Auflistung, dessen Erfolg wiederum dem sogenannten »Cool Japan!«-Boom in Deutschland geschuldet ist und deren Fans daher eine große Affinität zu Visual Kei, Manga und Anime haben (Raab). Amerikanische und britische Primetime-Serien wie *Supernatural*, *Sherlock Holmes* und *Doctor Who* generieren eine Menge Fanfiction auf *AO3*, auf *FFde* ist die Fanfictionproduktion zu Fernsehserien allgemein deutlich geringer. Die Fernsehsendung mit den meisten Fanfictions auf *FFde* ist *Nary CIS* mit 3.888 geposteten Geschichten (1,4 Prozent). Dies indiziert bereits ein spezifisch deutsches Interesse an Krimiserien, das im nächsten Abschnitt noch genauer erörtert werden wird.

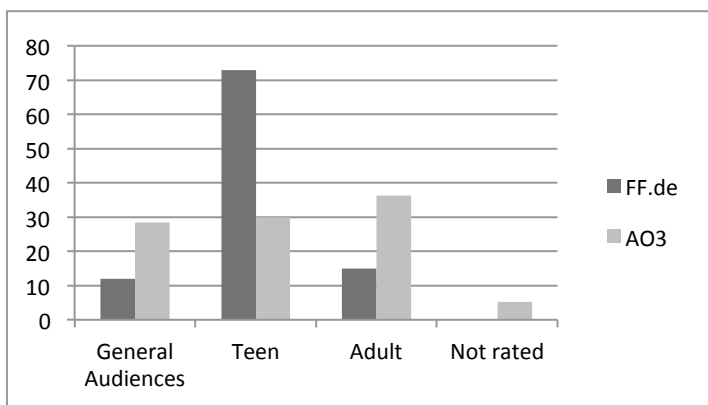


Abb. 3: Altersempfehlungen im Vergleich (Beispiel Harry Potter)

Weitere Unterschiede beider Plattformen betreffen die Altersempfehlungen, die hier exemplarisch anhand von *Harry Potter* visualisiert werden sollen (Abb. 3). Auffällig ist vor allen Dingen die recht ausgewogene Verteilung auf AO3, währenddessen auf FFde 72 Prozent der *Harry Potter*-Fanfictions in die Kategorie »Teen« fallen. Dies legt die Vermutung nahe, dass es sich primär um nicht-explicite Texte der Kategorie »romantic fantasy« handelt (Radway), während ein großer Teil der Fanfictions auf AO3 sich an alle Altersgruppen richten, was auf die Kategorie »Gen« hindeutet (keine Romanze im Fokus der Handlung). Für die größere Bedeutung heterosexueller Romanzen auf FFde spricht zum Beispiel im Falle von *Harry Potter* außerdem die signifikant höhere Beliebtheit des kanonischen Figurenpaares Lily und James Potter, die auf FFde mehr als doppelt so häufig als Hauptcharaktere getaggt wurden wie auf AO3 (22,5 gegenüber 9,8 Prozent). Ein ähnliches Phänomen findet sich im *X-Files*-Fandom, wo auf AO3 Dana Scully in 53,6 Prozent und Fox Mulder in 60,8 Prozent der Fanfictions als Hauptfigur getaggt wurde, während die Werte auf FFde mit 82,5 bzw. 77,6 Prozent deutlich höher liegen. Weiterführende Forschung zu nationalen Pairing-Präferenzen in transnationalen Media Fandoms – also den nationalen Vorlieben für bestimmte Figurenkonstellationen, die in den Fanfictions in eine romantische Beziehung miteinander verwickelt werden – könnte sich als sehr aufschlussreich erweisen (Noppe).

Zwar sind sowohl auf *AO3* als auch auf *FFde* grundsätzlich alle Fanfictions erlaubt, *FFde* hat Geschichten mit dem Hinweis auf *adult content* allerdings gesperrt, so dass sie nur zu bestimmten Tageszeiten abrufbar sind bzw. nur nach Erbringung eines Altersnachweises gegenüber den Webseitenbetreibern uneingeschränkter Zugang besteht. Möglicherweise erklärt sich hieraus der wesentlich höhere Anteil von Texten auf *AO3*, die sich an ein erwachsenes Publikum richten. Aufgrund fehlender Restriktionen, Kontrollinstanzen und Kommerzialisierungsversuche gilt *AO3* als Inbegriff des »dream of fanfiction writers yearning to stay free« (*An Archive of Our Own* 307).

Die höhere Anzahl von *adult content* auf *AO3* korreliert möglicherweise auch mit der unterschiedlichen Popularität von Slash auf beiden Plattformen: Im Falle von *Harry Potter* sind auf *AO3* altersempfehlungsübergreifend 59 Prozent der Fanfictions als Slash gekennzeichnet, auf *FFde* sind es hingegen nur 26 Prozent. In anderen Fandoms sieht die jeweilige Verteilung zwar anders aus, nichtsdestotrotz ist der Anteil von Slash-Fanfictions auf *AO3* typischerweise höher als auf *FFde*: Bei *Yu-Gi-Oh!* liegen die Werte dichter beieinander (59 Prozent Slash auf *FFde* und 61 Prozent auf *AO3*), bei *Twilight* ist auf *FFde* nur jede 20. Geschichte und auf *AO3* jede dritte Slash, bei One Direction geht die Schere mit 30 Prozent auf *FFde* gegenüber 93 Prozent auf *AO3* noch drastischer auseinander. Eine weitere mögliche Erklärung dieser Beobachtung ist neben den unterschiedlichen Jugendschutzmaßnahmen der Plattformen, dass *FFde* vielleicht tendenziell ein jüngeres Publikum anspricht. Könnte das Verfassen von Fanfiction in deutschsprachigen Fankulturen also eher ein adoleszentes Phänomen sein?

Deutsche Fandoms?

Partizipierende in transnationalen oder nationale Grenzen überschreitenden Fandoms haben vielgestaltige Beziehungen zu den global geteilten und verbreiteten Medieninhalten. Wie Chin und Morimoto argumentieren, können diese äußerst emotional und persönlich als »affective affinities« (92) an das betreffende Fanobjekt gebunden sein.

Das bedeutet, dass sie nicht zwangsläufig mit einer bestimmten Sprache, Nation oder nationalen Identität in unmittelbarer Beziehung stehen müssen, dennoch ist es unerlässlich »to be more closely attuned to the socio-historical and political economic backdrop of popular culture consumption and consumerism« (Chin, Morimoto 98). Als Konsequenz der anglo-amerikanischen kulturellen Dominanz, die durch die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg in Deutschland politisch und militärisch initiiert und in kulturhegemonialer Form in den Folgejahrzehnten zum Beispiel popkulturell und technologisch weitergeführt wurde, haben Fandoms deutschen Ursprungs ein Nischendasein geführt und blieben gerade auch im kritischen Diskurs über Fanfiction, Fandom und Fankulturen bislang unbeachtet. Während die Gegenüberstellung transnationaler Fandoms auf *FFde* und *AO3* bereits interessante Eigenheiten der deutschen Plattform sichtbar machen konnte, soll der Blick nun auf zwei nationale Fandom-Phänomene gerichtet werden, die sich auf *FFde* nachweisen lassen, wenngleich ihre Breitenwirkung an die Rezeption transnationaler Phänomene quantitativ nicht heranreicht: Krimiserien und Fußball.

Kimmelmann beschreibt den *Tatort* als »one of those modest pop-culture symbols and long-standing common experiences that can be hard for outsiders to translate but that speak to, and of, a nation.« Ein Blick auf deutsche Fernsehserien, die auf *FFde* durch Fanfiction ausgewertet werden, ist in diesem Zusammenhang aufschlussreich, denn es zeigt sich, dass eine generelle Affinität zu Krimiserien nachweisbar ist. Diese richtet sich sowohl auf amerikanische Genrevertreter wie das bereits erwähnte *Navy CIS* sowie *Criminal Minds* oder *The Mentalist*, aber eben auch auf deutsche Vorabend- und Primetime-Serien des Genres: *Der letzte Bulle* (46), *Die Schulermittler* (170), *Edel & Starck* (52), *Großstadtrevier* (65), *GSG9* (106), *K11 – Kommissare im Einsatz* (1.496), *Küstenwache* (154), *Lenßen und Partner* (128), *Mit Herz und Handschellen* (8), *Niedrig und Kuhnt* (99), *Notruf Hafenkante* (260), *Polizeiruf 110* (6), *SK Kölsch* (11), SOKOs im ZDF (24) und schließlich *Tatort* (287). Zusammengenommen sind dies immerhin 2.912 Fanfictions zu deutschen Fernsehkrimis auf *FFde*, von denen die Mehrzahl auf *AO3* nicht einmal eine eigene Kategorie haben. Hierin lässt sich die Fortführung einer nach dem Zweiten Weltkrieg durch den Einfluss US-amerikanischer Formate entstandenen und fest etablierten »Traditi-

on« von Krimiformaten in Deutschland erkennen (Brueck, Viehoff 4–5). Wobei zu beachten ist, dass gerade nicht der profilierte *Tatort*, sondern die Programme der Privatsender großen Zuspruch durch Fanfiction-Verfasser erfahren.

Nicht nur der *Tatort*, auch Fußball scheint »typisch deutsch« zu sein. In der öffentlichen Wahrnehmung von Fußballfans dominiert das Bild des männlichen Stadionbesuchers, die hauptsächlich weiblichen Fanfiction-Schreiber von sogenannter Fußball *real person fiction* (RPF) bilden hierzu einen Kontrapunkt. *FFde* listet 7.536 Geschichten in der Kategorie »Fußball, davon der Löwenanteil von 7.496 Geschichten in der Unterkategorie »Männerfußball«. Dies entspricht einem Anteil von immerhin 2,7 Prozent am Gesamtvolumen der Plattform. Zum Vergleich: Auf *AO3* gibt es die Kategorie »Football RPF« zwar auch, aber sie umfasst das Phänomen global und stellt mit einer Summe von 2.997 Texten (davon nur 28 auf Deutsch) nur etwa 0,25 Prozent der gesamten Plattform.

Die meisten Fußballfandom-Geschichten auf *FFde* drehen sich um Bundesligavereine, 23 Prozent handeln von der deutschen Nationalmannschaft. Über 60 Prozent der Männerfußball-RPF sind als Slash ausgezeichnet (RPS), wodurch das homoerotische Potenzial der homosozialen Gefüge in Teamsportarten zum Ausdruck kommt. Das Interesse von RPS-Verfassern gilt weniger dem sportlichen Ereignis als einer Fiktionalisierung seiner Akteure, indem das persönliche Profil der Sportler durch selbst erdachte Hintergrundgeschichten, romantische Affären, Charakterstudien und die Ausgestaltung tatsächlicher Ereignisse und Pressemeldungen imaginiert wird. So wird zum Beispiel Lukas Podolskis Entscheidung, vom FC Bayern München zurück zum 1. FC Köln zu wechseln, in LenaMarys *Standalone* der Stoff für eine tragische Liebesgeschichte:

Und er fragt sich, wo er heute stehen würde, wenn seine Zeit in München anders, *besser*, gelaufen wäre, wenn er nicht zurück nach Köln gegangen wäre. Ob er genauso erfolgreich wie Bastian wäre, ob er genauso viel verdienen würde. Aber vor allem, ob Bastian und er noch Freunde wären, ob alles anders gelaufen wäre. Oder ob er trotzdem genau hier stehen und die unterschwellige Sehnsucht unterdrücken würde.

Obleich einige dieser Fanfictions patriotische Topoi bemühen, wie zum Beispiel auf das Singen der deutschen Nationalhymne verweisen,

geht es selten um internationale und nationale Siege, Niederlagen und Entscheidungen, es sind die persönlichen Biografien, das Private hinter der offiziellen Repräsentation und Vermarktung des Profisports, das die Fantasien der Fans anregt.

Fazit

Definitive Aussagen, die über spezifische nationale Charakteristika getroffen werden, können problematisch sein und bleiben anfechtbar. Ganz-Blättler hat beispielsweise argumentiert, dass der Ton in der deutschen Fancommunity weniger höflich sei, was wiederum im Zusammenhang damit stünde, dass so wenige Diskussionen auf einer Metaebene über das Fandom selbst geführt würden. Da sich dies nicht so ohne weiteres beweisen lässt, können andere Gründe wie das Alter der jeweiligen Fans, die Dauer ihrer Zugehörigkeit zu einer bestimmten Community, die Anzahl von Mitgliedern in einer bestimmten Fanfictioncommunity oder das Userinterface der jeweiligen Plattform genauso ausschlaggebend sein.

Die Rekapitulation der deutschen Geschichte der Fanfiction sowie die Gegenüberstellung von *FFde* und *AO3* haben aber zumindest aufgezeigt, dass Fandoms und Fanpraktiken komplex und heterogen sind. Generalisierende Schlussfolgerungen über die (scheinbare) Einheit einer bestimmten Fanfictioncommunity sind fragwürdig. Selbst innerhalb eines Fandoms existiert eine Vielzahl von Fanfictiongemeinschaften, die in einer Reihe von Faktoren differieren können – in der Sprache, bestimmten Regeln und Mechanismen, in Alter, Bildung und Sozialisation ihrer Mitglieder oder in der Popularität bestimmter Figuren, Pairings, Themen und Genres. Historische, politische, ökonomische und juristische Faktoren wirken außerdem auf Fanfictioncommunities ein.

Nichtsdestotrotz sind das Internet und die Media Fandoms online eine überwiegend englischsprachige Umgebung. Dass hierfür unter deutschen Fanfiction-Schreibern ein Bewusstsein besteht sowie ein Interesse an englischsprachiger Fanfiction gegeben ist, lässt sich anhand der vielen Übersetzungsprojekte englischsprachiger Texte ins

Deutsche nachweisen. Trotz dieser Bemühungen erscheint es plausibel, dass Fans eines bestimmten Alters und eventuell auch ab einer bestimmten Zugehörigkeitsdauer, Fans mit entsprechenden Sprachkenntnissen sowie mit einem ausschließlichen Interesse an transnationalen Fandoms in die englischsprachigen Bereiche der Online-Fankultur migrieren. Die Verteilung der Ratings und Anteile von Slash auf *FFde* sagen also nicht aus, dass Fanfiction-Schreiber in Deutschland tendenziell jünger sind, sondern lediglich diejenigen, die deutsche Plattformen für ihre Fanaktivitäten nutzen. Englischsprachige Fankultur im Netz bietet seinen Partizipierenden einige Vorteile, die nun im Ausklang dieses Aufsatzes adressiert werden sollen.

Zum einen ist Englisch sukzessive der kleinste gemeinsame Nenner der Kommunikation in und über Fandoms geworden. Während Multifandom-Archive oder Bloggingportale wie *LiveJournal* konzeptionell Trennungen zwischen verschiedenen Sprachen vorsehen, verfügen jüngere Social-Media-Webseiten wie *Facebook*, *Twitter* oder *tumblr*, die als fankulturelle Treffpunkte immer mehr genutzt werden, über weniger deutlich definierte Sprachgrenzen.

Aus Sicht des Lesers erscheint zum anderen die englischsprachige Fanfictioncommunity attraktiver, denn sie offeriert nicht nur mehr, sondern auch ein abwechslungsreicheres Angebot an Geschichten in insgesamt deutlich mehr Fandoms. Zusätzlich gibt es in der englischsprachigen Community eine Kultur der sogenannten *recs lists*, die bei der Navigation durch das unübersichtliche Angebot helfen. In diesem Zusammenhang ist auch erwähnenswert, dass selbst in einem Multifandom-Archiv von so beachtlicher Größe wie *AO3* durch eine ausgeklügelte Suchmaschine ganz präzise Suchanfragen möglich sind. Auf den deutschen Plattformen *AO3* und *Animexx* ist es hingegen extrem erschwert, den gewünschten Inhalt zu finden.

Aus Perspektive der Autoren erhöht das Schreiben auf Englisch die Wahrscheinlichkeit, dass die eigene Story ein Publikum findet. Exemplarisch kann die höhere Sichtbarkeit und Rezeption englischsprachiger Fanfiction an drei Texten von Lorelei Lee gezeigt werden: Lorelei Lee stellt auf *AO3* sowohl deutsche als auch englische Versionen der gleichen *Sherlock*-Fanfictions zur Verfügung: *Never change a running system*, *Hochzeit mit Hindernissen* (*Not Necessarily Nuptials*) und *Wo du schon glaubst, da denk ich noch* (*Reason goes before a Fall*). Zusam-

mengenommen erhielten die deutschen Versionen 277 Leserkommentare, 191 »Kudos« und wurden 6.616 Mal aufgerufen. Die englischen Versionen erhielten die zweieinhalbfache Menge an Kommentaren (674), 1.598 »Kudos« und fast die zehnfache Menge an Seitenaufrufen (61.030).

Ein weiterer denkbarer Grund für deutsche Fanfiction-Schreiber in transnationalen Fandoms, ins englischsprachige Fandom überzuwechseln, sind die bereits erwähnten rigideren Jugendschutzmaßnahmen. Juristisch findet zusätzlich eine stärkere Problematisierung der Urheberrechtsthematik statt, was in der unterschiedlichen Rechtslage in Deutschland und den USA, wo eine Fair-Use-Klausel nicht-kommerzielle Fanarbeiten legitimiert, begründet ist.

Ganz generell hat eine Wandlung im Medienkonsum in Deutschland hin zu einer zunehmenden Konsumtion von Filmen, TV-Serien, aber auch Büchern in Originalsprache stattgefunden, der sich auch auf die Fanfiction auswirkt. Durch den wachsenden DVD-Markt in den 2000er Jahren wurden zunächst englische Originalfassungen verfügbar gemacht, sodass das Publikum erstmals einen unmittelbaren Vergleich anstellen und Erfahrungen mit der Rezeption in Originalsprache sammeln konnte. Mittlerweile bewirkt die zunehmende unmittelbare Verfügbarkeit von Medieninhalten in Originalsprache online (zum Beispiel als Livestreams oder Torrent-Downloads) ein schwindendes Interesse an deutschen Synchronfassungen, die entweder von minderer Qualität sind, zeitversetzt erscheinen oder gar nicht verfügbar sind, weil sich ihre Herstellung nicht (mehr) lohnt. Die Rezeption englischsprachiger Medien ist durch das Internet ein Bestandteil des alltäglichen Lebens geworden. Gegenüber den 1980er und 1990er Jahren stellt dies einen gravierenden Einschnitt dar, dessen Einfluss auf die zukünftigen Entwicklungen in nationalen und transnationalen Fandoms weiter beobachtet werden müssen.

Literatur

- Bacon-Smith, Camille. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1992.
- Brueck, Ingrid und Reinhold Viehoff. Crime genre and television. From Stahlnetz to Tatort: A realistic tradition. *HALMA Hallische Medienarbeiten* 8 (1998): 3–11.
- Bury, Rhiannon, Ruth Deller, Adam Greenwood und Bethan Jones. From Usenet to Tumblr: The changing role of social media. *Participations* 10.1 (2013): 299–318.
- Busse, Kristina und Karen Hellekson. Introduction: Work in Progress. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Eds. Kristina Busse und Karen Hellekson, 5–40. Jefferson: McFarland, 2006.
- Chin, Bertha und Lori Hitchcock Morimoto. Towards a theory of transcultural fandom. *Participations* 10.1 (2013): 92–108.
- Coleman, Loren. *The Copycat Effect: How the Media and Popular Culture Trigger the Mayhem in Tomorrow's Headlines*. New York: Pocket Books, 2004.
- Coppa, Francesca. A Brief History of Media Fandom. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Eds. Kristina Busse und Karen Hellekson, 41–59. Jefferson: McFarland. 2006.
- Coppa, Francesca. An Archive of Our Own: Fanfiction Writers Unite! *Fic: Why Fanfiction is Taking over the World*. Ed. Anne Jamison, 302–308. Dallas: Smart Pop Books, 2013.
- Ganz-Blättler, Ursula. Shareware or Prestigious Privilege? Television Fans as Knowledge Brokers. *MIT Communications Forum* (1999). <http://web.mit.edu/comm-forum/papers/ganz-blattler.html> (21. Jul. 2014).
- Goethe, Johann W. (1771). Zum Schäkespears Tag. *Goethes Werke*, 129–135. Weimar: Böhlau, 1896.
- Hart, Gail. The Correspondents' Noncorrespondence: Goethe, Schiller and the Briefwechsel. *The Literature of Weimar Classicism*. Ed. Simon Richter, 91–111. Rochester/Woodbridge: Camden House, 2005.
- Jäger, Georg. Wertherschriften, 2007. <http://www.goethezeitportal.de/digitale-bibliothek/forschungsbeitraege/autoren-kuenstler-denker/goethe-johann-wolfgang-von/georg-jaeger-wertherschriften.html> (24. Jul. 2014).
- Jamison, Anne. *Fic: Why Fanfiction is Taking over the World*. Dallas: Smart Pop Books, 2013.
- Jenson, Joli. Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Ed. Lisa A. Lewis, 9–29. London: Routledge, 1992.

- Kimmelman, Michael. German Viewers Love Their Detectives, 26. Aug. 2009. <http://www.nytimes.com/2009/08/27/arts/television/27abroad.html> (29. Jul. 2014).
- Kuttner, Andi. Do it yourself: Fanzines und die Geschichte ihrer Entstehung. *Verzeichnis der Alternativmedien 2006/2007: Zeitungen und Zeitschriften*. Ed. Bernd Hüttner. Neu-Ulm: AG SPAK Bücher, 2006.
- Maase, Kaspar. Kulturimperialismus oder Entamerikanisierung? Die (West-) Deutschen und populäre US-Kultur. *Forum Wissenschaft* 3 (2005).
- Malone, Paul M. From BRAVO to Animexx.de to Export: Capitalizing on German Boys' Love Fandom, Culturally, Socially and Economically. *Boys' Love Manga: Essays on the Sexual Ambiguity and Cross-Cultural Fandom of the Genre*. Eds. Antonia Levi, Mark McHarry und Dru Pagliassotti, 23–43. Jefferson: McFarland. 2010
- May, Karl. Karl May an Wilhelm Matthäi – 22. Juni 1895 (Brief). *Karl-May-Autographika* 5 (1998): 41.
- Noppe, Nele. *James loves Severus, but only in Japan. Harry Potter in Japanese and English language fanwork. Japanese Studies between EU and Japan*. Eds. Kosaku Oshima und Yutaka Yabuta, 119–130. Osaka: NPC Corporation, 2010.
- Penley, Constance. Feminism, Psychoanalysis, and the Study of Popular Culture. *Cultural Studies*. Eds. Lawrence Grossberg, Cary Nelson und Paula A. Treichler, 479–500. New York: Routledge, 1992.
- Petzel, Michael und Jürgen Wehnert. *Das neue Lexikon rund um Karl May – Leben, Bücher, Filme, Fans. Von der Wüste zum Silbersee: Der große deutsche Abenteuer-Mythos*. Berlin: Imprint, 2002.
- Raab, Klaus. Visual Kei auf Deutsch: Warum Tokio Hotel so aussieht wie Tokio Hotel, 17. Mai 2010. <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/visual-kei-auf-deutsch-warum-tokio-hotel-so-aussieht-wie-tokio-hotel-1.683422> (28. Jul. 2014).
- Radway, Janice. *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill/London: The University of North Carolina Press, 1991.
- Russ, Joanna. *Magic Mommas, Trembling Sisters, Puritans & Perverts: Feminist Essays*. Trumansburg: The Crossing Press, 1985.
- Schmiedt, Helmut. Der Klassiker, der andere Klassiker und ihre Leser: Über Kuriositäten und Analogien in der Rezeptionsgeschichte Goethes und Karl Mays. *Jahrbuch der Karl-May-Gesellschaft* 21 (1991): 107–123.
- Stache, Rainer. *Perry Rhodan: Analyse einer Science-Fiction-Romanheftserie*. Berlin: Shayol, 2002.
- Stasi, Mafalda. The Toy Soldiers from Leeds: The Slash Palimpsest. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Eds. Kristina Busse und Karen Hellekson, 115–133. Jefferson: McFarland. 2006.

- Uricchio, William. We Europeans? Media, Representations, Identities. *We Europeans? Media, Representations, Identities*. Ed. William Uricchio, 11–22. Bristol: Intellect, 2008.
- Verba, Joan Marie. *Boldly Writing: A Trekker Fan And Zine History 1967–1987*. Minnetonka: FTL Publications, 2003.
- Wiemker, Markus. Die Medienspezialkultur der X-PHILES. *paper* 27, Institut für Soziologie, RWTH Aachen (1999).
- Witting, Wolf von. Flipping casually through the pages of German Fandom History from the Beginning. *CounterClock* 14 (2013): 1–32.

›Re-Vamped‹: Repräsentation, Funktion und Erwartungssetzung einer ehemals monströsen Figur

Hannah Birr & Meike Uhrig

Es gibt wohl kaum ein zweites Phänomen, das die Filmgeschichte von der Frühzeit bis zum aktuellen Blockbusterkino mit ähnlicher Konsistenz überdauert hat und sich gleichzeitig vorherrschenden Trends so anzupassen vermag, wie den Vampir: Monströse Kreaturen wie Orlok oder Dracula faszinierten bereits die ersten Kinogänger und finden gerade im populären Kinofilm nach wie vor Beachtung; sie erfreuen sich bei Filmemachern und Kinobesuchern ebenso immensem Interesse wie im wissenschaftlichem Diskurs oder in Fanfiction (Williamson; Jenkins).

Doch auch wenn der Vampir im zeitgenössischen Film gleichermaßen präsent erscheint wie eh und je, haben die Protagonisten der aktuellen Formate entscheidende Veränderungen erfahren. Die Figuren, die einst das ›Böse‹ verkörperten, wurden durch attraktive Märchenprinzen ersetzt, wie den verträumt-romantischen Edward Cullen aus der *Twilight*-Saga oder den muskulösen Hünen Eric Northman aus der *True Blood*-TV-Serie. Dieser Wandel der Charaktere beschränkt sich jedoch nicht auf bloße Fragen der Repräsentation der Figuren, er stellt vielmehr ein Symptom ihres spezifischen Entstehungskontexts dar: Während frühe Beispiele des Bildschirmvampirs zu einem gewissen Grad als Medium der Sozialkritik fungierten, als subversive Symbole des Unheimlichen, des Anderen und Fremden, etwa als Boten einer freieren Sexualität, reduzieren die heutigen Vertreter diese kritischen Aspekte auf ein Minimum oder transportieren gar konservative Werte und Normen.

Die Funktion der Inszenierung grundlegender, intersubjektiver Bedeutungsebenen globaler Kritik ist der Befriedigung individuellen Begehrens gewichen. Dabei zielt das Populärformat des Kinos darauf ab, ein möglichst breites Publikum anzusprechen, indem es versucht,

diverse Erwartungshaltungen und Wünsche verschiedenster potenzieller Zuschauer anzusprechen, um diese emotional einzubinden.

Um diese Entwicklung in der Repräsentation, Funktion und Erwartungssetzung des klassischen Filmcharakters umfassend zu untersuchen, haben wir uns für eine Triangulation der Methoden entschieden. Zunächst haben wir eine Auswahl an Filmen und TV-Serien hermeneutisch untersucht, um anschließend verschiedene Beiträge aus dem Bereich der online veröffentlichten Fanfiction einer qualitativen Inhaltsanalyse zu unterziehen und mit den filmischen Inhalten in Beziehung zu setzen. Schließlich haben wir mittels einer Umfrage eine Studie an der Universität Tübingen durchgeführt, in der die Teilnehmer gebeten wurden, ihre Lieblingsvampire in Film und Fernsehen zu nennen und darüber hinaus generelle Erwartungen und Gratifikationen bezüglich der Rezeption von Vampirfilmen zu erläutern.

Die Resultate unserer multimethodologischen Untersuchung legen nahe, dass zeitgenössische Vampirfilme und -serien besonders die individuellen, emotionalen Bedürfnisse der Zuschauer ansprechen, während die früheren Genre-Verbindungen sowie das damit einhergehende subversive Potenzial der Inhalte nahezu vollkommen verlorengehen. Diese Entwicklung resultiert wiederum, zusätzlich verstärkt durch die Rezeptionsmöglichkeiten der sozialen Medien, in einer generell veränderten Erwartungshaltung der Rezipienten bezüglich dieser Medieninhalte. Im Folgenden sollen die Ergebnisse unserer Studie in komprimierter Form dargestellt werden. Zunächst soll jedoch ein kurzer Überblick über die mediale Geschichte des Vampirs und seiner Entwicklung gegeben werden.

Bildschirmvampire als Inkarnation ihrer Zeit

Die Figur des Dracula ist so tief eingeschrieben in der (pop)kulturellen Vorstellung, dass der Vampir im wahrsten Sinne des Wortes unsterblich geworden ist. Offenbar vermag es der Vampir, eine Bandbreite archetypischer Motive und Themen anzusprechen, von universellen Fragen nach Sterblichkeit und Identität bis hin zu (oftmals tabuisierten) Komplexen wie Sexualität, Blasphemie, Xenopho-

bie, sogar Kannibalismus, die von anhaltender Relevanz sind und in einem nicht-endenden Prozess der Interpretation und Variation neu verhandelt werden.

In einer mehr oder weniger direkten Linie zu ihrem literarischen Vorbild in Bram Stokers Roman (1897) begannen die frühen Bildschirminkarnationen des Vampirs als Monster, verwurzelt in den Darstellungstraditionen der Schauererzählung. Frühe Filmbeispiele, wie der Stummfilmklassiker *Nosferatu* (DE 1922, Regie: F.W. Murnau) mit Max Schreck als Graf Orlok, und Béla Lugosi in Universals *Dracula* Serie (US 1931; Regie: Tod Browning) spalten bereits die beiden zentralen Dimensionen des literarischen Originals in zwei distinkte Typen auf – und etablieren auf diese Weise die interpretatorischen Pole, die bis zu einem gewissen Grad alle nachfolgenden Inkarnationen des Vampirs beeinflussen: einerseits die monströse und unzweifelhaft *nicht-menschliche* Kreatur, andererseits den furchteinflößenden, aber aristokratisch-selbstsicheren Gentleman-Verbrecher.

Frühe filmische Interpretationen des Vampirs sehen die Figur definiert durch die Bedrohung, die sie ausübt. Eine Bedrohung weniger gegenüber Individuen als gegenüber der Gesellschaft als Ganzes – so wird Graf Orlok eindeutig mit der Pest in Beziehung gebracht, als er in das Städtchen Wisborg zusammen mit Scharen von Ratten einzieht, auf diese Weise doppelt negativ assoziiert mit dem Gedanken an nicht-menschliches Ungeziefer und potenziell pandemischer Krankheit. Das Monster verkörpert die Angst vor dem Grauen, das von *außen* kommt, oder, wie O'Brien es formuliert, »Nosferatu [serves] as a potent metaphor for human malaise and post-war German angst« (37).

Spätere Inkarnationen führen diese grundlegende Andersartigkeit, das »Fremde«, als zentrales Merkmal fort, nutzen diese Eigenschaft nun allerdings als Mittler übergreifender Interessen, es setzt ein merklicher Wandel ein, der die dynamische Funktion des Vampirs in Relation zu Konflikten *innerhalb* der Gesellschaft thematisiert. In den 1970er Jahren dienen die vampirischen Figuren zunehmend als Herolde sozialer Kritik aus dem Umfeld der Bürgerrechtsbewegung, die gesellschaftliche Diskurse um soziale Ungleichheit illustrieren oder von Befürwortern der sexuellen Befreiung als Mittel im Kampf gegen Unterdrückung instrumentalisiert werden. *Blacula* (US 1972, Regie:

William Crain) etwa behandelt die Rassenkonflikte, indem der Kampf eines farbigen Vampirs gegen vornehmlich weiße Aggressoren inszeniert wird. Zeitgleich präsentieren zahlreiche erotisch aufgeladene Filme des Vampirgenres zum Beispiel lesbische Figurenkonstellationen und verfolgen auf diese Weise alternative (und sympathisierende) Lesarten außerhalb dominant patriarchaler (weißer) Normen.

Diese Darstellung des Vampirs als »zweifach fremd«, ob nun als Repräsentant einer kulturellen/ethnischen Diversität oder einer queeren Sexualität, stellt ein wiederkehrendes Moment dar, das soziohistorische, kontextbezogene Lesarten nahelegt. Zweifelsohne muss jedoch beachtet werden, dass diese Ansätze immer dem Risiko unterliegen, die Komplexität individueller Figuren auf ihre potenzielle Eigenschaft als Folie brennender gesellschaftlicher Diskurse zu reduzieren, im Bemühen, retrospektiv eine vermeintliche Einheitlichkeit belegen zu können.

Es ist Francis Ford Coppolas Film *Bram Stoker's Dracula* (US 1992), der zwar vorgibt, sich direkt auf die literarische Vorlage (und sogar deren folkloristische Ursprünge) zu beziehen, der Geschichte des Vampirs durch einige entscheidende Änderungen allerdings eine interessante inhaltliche Dimension hinzufügt. Der Film kann durchaus als eine weitere Bearbeitung des Themas »Infektion und Krankheit« verstanden werden. Szenen, in denen der Graf seine Opfer im wahrsten Sinne des Wortes mit »unreinem« Blut besprüht, funktionieren hervorragend als Kommentar zu einer AIDS-bezogenen Panik, umso mehr als in der Beziehung zwischen Jonathan Harker und dem Grafen homoerotische Subtexte wiederholt herausgestellt werden.

Nichtsdestotrotz verdeutlicht der Ton des Films einen bedeutenden Wechsel in der generischen Zuschreibung des Vampirfilms. Coppolas *Dracula* integriert dezidiert romantische Elemente in die Handlung, welche die Motivation und Psychologie des Vampirs grundlegend neu interpretieren. Indem eine tragische Backstory hinzugefügt und Mina Harker als tatsächliche Reinkarnation von Draculas verstorbener Ehefrau inszeniert wird, liegt dessen essentieller Antrieb nicht länger in seinem Durst nach Blut oder einer pervertierten sexuellen Obsession, vielmehr handelt er einzig aus dem tragischen (oder

melodramatischen) Impuls heraus, seine verlorengeliebte einzig wahre Liebe zurückzugewinnen.

Im Folgenden können zwei Aspekte in der Darstellung des Vampirs ausgemacht werden, die den Trend vom Abstoßenden hin zum Begehrten verfestigen. Mit Anne Rices Chroniken, verfilmt von Neil Jordan in *Interview with the Vampire* (US 1994), gewinnt ein neuer Typ des Vampirs an Popularität. Der Protagonist, Louis, wird portraitiert als ein Individuum in ständigem Kampf mit seinem Schicksal. Sein Gewissen hindert ihn, andere zu verletzen und er zögert nicht, seine eigenen Gefühle auszudrücken. Erzählt aus der Perspektive des Vampirs, öffnet *Interview with the Vampire* zum ersten Mal dezidiert Raum für emotionale Komplexe im Mittelpunkt einer (Monster-)Geschichte.

Wenn in den modernen Filmen nicht die konfliktbeladene innere Gefühlswelt des Vampirs im Zentrum steht, wird im Gegensatz das äußere Erscheinungsbild erneuert – die Physis des Vampirs unterläuft eine augenscheinliche Neuausrichtung. Die Besetzung körperlich fitter und attraktiver Schauspieler, wie zum Beispiel Gerald Butlers Dracula in *Dracula 2000* (US 2000, Regie: Patrick Lussier), wird zur Regel und illustriert, wie zunehmend eine neue Ebene des Anreizes betont wird.¹

Zur triangulären Methodik

Unsere Studie untersucht die Entwicklung der Repräsentation des Vampirs, die ästhetischen Strategien seiner Gestaltung sowie seine generische Verankerung zunächst durch das Mittel der hermeneutischen Analyse als methodische Ausgangsbasis der anschließenden Schritte. Für die detaillierte Analyse haben wir zwei besonders einschlägige und erfolgreiche Beispiele der populären Vampir-Varianten ausgewählt, die zudem wichtige Eigenschaften teilen und den zuvor

¹ Moderne Beispiele des Vampirs, die durchaus noch in eher monströsen Motivkomplexen verorten werden können, etwa die Gestalten aus *30 Days of Night* (US/NZ 2007), *Priest* (US 2011), *Fright Night* (US 2011) oder *Låt den rätte komma in* (SE 2008), haben im Rahmen dieses Beitrags bewusst keine Beachtung erfahren, da sie in der Fanfiction von geringem Interesse sind.

angerissenen Trend fortführen. Die fünf Teile der *Twilight*-Saga (US 2008; 2009; 2010; 2011/12), basierend auf der Romanreihe von Stephenie Meyer und die TV-Serie *True Blood* (US 2008–) offenbaren die zentrale Charakteristik der thematischen Komplexe, die in Form des fiktiven Vampircharakters transportiert werden und den großen Einfluss der Filme begründen.

Darüber hinaus, im Versuch den Zusammenhang des erläuterten Wandels mit der Erwartungshaltung der Filmbetrachter insbesondere im Zeitalter der Sozialen Medien greifbar zu machen, haben wir untersucht, welche Diskurse in die modernen Vampirinkarnationen transportiert werden und zu welchem Grad diese wiederum in fanproduzierter Fiktion manifestiert sind oder reflektiert werden. Dazu haben wir auf deutschsprachige Beiträge auf den Internetseiten *fanfiction.de* und *fanfiction.net* zurückgegriffen sowie auf Filmbeiträge auf *YouTube*.

Abschließend wurden im Rahmen der durchgeführten Befragung Gründe für und Gratifikationen der Medienrezeption für potenzielle Publika ermittelt. Fragen dieser Art sind auf dem Gebiet der empirischen Forschung zu Uses-and-Gratifications intensiv behandelt worden. Diese Studien argumentieren, dass spezifische Bedürfnisse und deren (erwartete und erfahrene) Befriedigungen im Verlauf des Rezeptionsprozesses die Auswahl bestimmter Medieninhalte durch potenzielle Rezipienten entscheidend beeinflussen. Mit diesen Motiven der Mediennutzung lassen sich wiederum spezifische Persönlichkeitsmerkmale verbinden (Blumler, Katz; Palmgreen; Kraaykamp). Hier wird ersichtlich, dass in den präkommunikativen Prozessen der Filmrezeption, in diesem Falle der Auswahl der Vampirfilme bzw. -serien, vorhergehende Erfahrungen und erwartete Gratifikationen von Bedeutung sind, ebenso wie die spezifischen Persönlichkeitsmerkmale der Rezipienten, die ihrerseits die jeweiligen Erfahrungen und Verhaltensweisen beeinflussen und somit zentrale Faktoren im Selektionsprozess darstellen.

An unserer Studie nahmen insgesamt 61 Studierende der Literatur- und Medienwissenschaft der Universität Tübingen teil. Das Durchschnittsalter der Teilnehmer lag bei 24 Jahren. Um die generellen Erwartungshaltungen der Teilnehmer in Bezug auf die Medienrezeption zu testen, wurden zunächst die Bereiche der Uses-and-

Gratifikations-Forschung übernommen; kognitive, affektive, integrative und interaktive Bedürfnisse wurden in sechs Kategorien aufgeteilt: Eskapismus, Soziale und Emotionale Komplexe, Kommunikation, Unterhaltung und Sex/Romantik. Diese Kategorien wurden anhand von je drei Statements getestet, die von den Teilnehmern auf einer Skala von 1 (»Ich stimme vollkommen zu.«) bis 5 (»Ich stimme überhaupt nicht zu.«) zu bewerten waren.² Bezüglich der Persönlichkeitsmerkmale haben wir uns am Big-Five-Modell (McCrae, Costa) orientiert, das fünf Dimensionen umfasst: *Extraversion*, *Neuroticism*, *Openness*, *Conscientiousness* und *Agreeableness*.³ Für unsere Studie nutzen wir eine deutsche Version des Tests (BFI-K) von Rammstedt und John, die lediglich aus 21 ITEMS besteht.⁴ Die Teilnehmer wurden außerdem gebeten, eine Auswahl an Vampirfiguren der Filmgeschichte zu bewerten. Diese Auswahl umfasste 17 Vampire aus den Jahren 1922–heute: Graf Orlok (*Nosferatu*), Dracula (*Dracula*), Dracula (*Horror of Dracula*, GB 1958, Regie: Terence Fisher), Graf Dracula (*Dracula*, US/GB 1979, Regie: John Badham), Dracula (*Bram Stoker's Dracula*), Lestat (*Interview with the Vampire*), Louis (*Interview with the Vampire*), Blade (*Blade*, US 1998, Regie: Stephen Norrington), Dracula (*Dracula 2000*) Edward (*Twilight*), Angel (*Buffy the Vampire Slayer*, US 1997–2003), Spike (*Buffy the Vampire Slayer*), Mick (*Moonlight*, US 2007–2008), Bill (*True Blood*), Eric (*True Blood*), Stefan (*The Vampire Diaries*, US 2009–), Damon (*The Vampire Diaries*). Diese waren anhand einer fünfstufigen Skala von mag ich »sehr gerne« bis »überhaupt nicht gerne« bzw. »kenne ich nicht« zu kategorisieren. Im Folgenden werden aus Gründen der Übersichtlichkeit lediglich besonders aussagekräftige bzw. signifikante Zusammenhänge dargestellt.

Um eine umfassende Untersuchung der veränderten Rolle des Vampirs in aktuellen Medienformaten durchzuführen, ist es unserer

2 Eine Beispielaussage der Kategorie »Eskapismus« wäre »Ich mag Vampirfilme, weil sie eine Parallelwelt zeigen.« Relevanz sozialer Komplexe wurde zum Beispiel getestet anhand des Statements »Ich mag Vampirfilme wegen ihrer Subtexte und des Symbolismus.« und kommunikative Komplexe wurden enkodiert als »Ich schaue Vampirfilme, weil jeder darüber spricht.«

3 Der Test dieses Modells gilt als validiert, objektiv und reliabel.

4 Überprüfungen dieser Version ergaben akzeptable Reliabilität der Koeffizienten und faktoriale Validität.

Auffassung nach von zentraler Bedeutung, nicht nur die Repräsentation der Figur detailliert zu analysieren, sondern ebenso den veränderten Umgang der Zuschauer mit dem Phänomen zu untersuchen. Die öffentlich zugänglichen Aktivitäten von Fans in den Sozialen Medien ermöglichen es der Wissenschaft, diese sicht- und lesbaren Beiträge der Fans ohne weiteren Einbezug experimenteller Versuchsanordnungen zu untersuchen. Für eine konkretere Fragestellung zu bestimmten Erwartungshaltungen sowie deren Zusammenhang mit Persönlichkeitseigenschaften der Zuschauer bietet sich zudem die gezielte Befragung potenzieller Fans an. Daher haben wir uns in unserer Studie für einen mehrdimensionalen Ansatz entschieden, der sowohl den Film als auch den Zuschauer in seine Untersuchung einbezieht. Die Kernergebnisse der Untersuchungen möchten wir im Folgenden präsentieren.

Entwicklung der Figur-Rezipient-Beziehung – Vom Außenseiter zum Angeboteten

Wie aktuelle Einspielergebnisse demonstrieren, hat die Faszination des Vampirs keinesfalls abgenommen. Dies wird besonders in Bezug auf den immensen Erfolg der zwei ausgewählten aktuellen Vampirfranchises deutlich: Die fünf Teile der *Twilight*-Saga sowie die TV-Serie *True Blood*. Auch wenn die im Rahmen unserer hermeneutischen Analyse untersuchten aktuellen Beispiele sich zum Teil drastisch unterscheiden, weisen sie erstaunliche Übereinstimmungen in der Darstellung ihrer zentralen Vampircharaktere auf, die wir als symptomatisch für den oben beschriebenen fundamentalen Wandel in der Anziehungskraft heutiger Vampirfilme ansehen.

Als charakteristisch erscheint hier einerseits das beständige Merkmal der elementaren Andersartigkeit bzw. »Fremdheit« des vampirischen Charakters, ebenso wie die grundlegende Fiktionalität der (fantastischen) Filme, die über die Jahre hinweg unverändert geblieben sind. Die Figuren sind gekennzeichnet durch inhärente Leerstellen im Sinne Wolfgang Isters, die der Interpretation durch den Zuschauer unterliegen. Ähnlich leerer Leinwände sind sie – gerade in

ihrer Mainstreamvariante – dazu gedacht, durch Projektionen wie Gedanken, Wünsche oder Ängste eines aktiven Rezipienten gefüllt zu werden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt auf der diegetischen Ebene ist die Tatsache, dass der Wandel des vampirischen Charakters einen Wandel in der Beziehung zwischen Vampir und (menschlichem) »Opfer« nach sich zieht – denn diese sind nicht länger eingeschüchtert oder unterwerfen sich aus Angst, sondern werden im romantischen Sinne verführt, geben eher einer unwiderstehlichen Sinnlichkeit nach als übernatürlicher Macht.

Dem Untoten eine (auch gegenüber anderen offenbarte) Gefühlswelt zu eröffnen, verändert das klassische Bild des entweder innerlich abgestumpften oder durch obsessive und potenziell schädliche Sehnsüchte oder gar bestialische Instinkte gelenkten Vampirs. Demzufolge verschieben sich auch die Machtverhältnisse und die damit einhergehende Dynamik zwischen dem vampirischen Charakter und anderen Figuren. Der zentrale Aspekt einer potenziellen Bedrohung ist der Frage nach einer potenziellen Verletzlichkeit (weniger in physischer als in emotionaler Hinsicht) gewichen. Es ist symptomatisch, dass beide Produktionen eine entsprechende Haltung gegenüber diesem »Außenseiter-Status« des Vampirs einnehmen, insbesondere wenn man sich die beiden bestimmenden Indikatoren ins Gedächtnis ruft, über die ein solcher Status traditionell markiert wurde: ein abnormes Äußeres und eine Position am Rande der Gesellschaft.

Bezüglich der Darstellungsästhetik ist der Aspekt der Inszenierung von Körperlichkeit sicherlich das augenscheinlichste Anzeichen des erfolgten Wandels. Ob man Bill und Eric aus der *True Blood*-Serie oder Edward aus den *Twilight*-Filmen betrachtet, es besteht wenig Zweifel, dass diese Figuren kaum noch optische Gemeinsamkeiten mit den frühen Vampirfiguren aufweisen. Allen Charakteren ist eine beeindruckend maskuline Physis eigen, und abgesehen von wenigen Momenten der Zurschaustellung übernatürlicher Kräfte könnten ihre muskulösen, glattrasierten Oberkörper auch Lifestylemagazincover oder Fitnessstudioanzeigen schmücken. Dass sie keinen modischen Trend verpassen, zeigen Kleidungsstil und Haarschnitt ohnehin. Selbst das letzte und vielleicht unverzichtbarste Merkmal der vampi-

rischen Physis, ein erkennbares Überbleibsel seines monströsen, nicht-menschlichen Ursprungs, die Fangzähne, sind bei den modernen Inkarnationen ausgelöscht. Edwards Eckzähne scheinen weder größer noch länger im Vergleich zum menschlichen Normalmaß (und passen sich perfekt ein in das blendend weiße Hollywoodlächeln), während Bill und Eric in der Lage sind, ihre Fangzähne nach Belieben einzuziehen. Es mutet beinahe ironisch an, dass der moderne Vampir sich scheinbar in ein perfektes Rollenvorbild für den idealen modernen Mann gewandelt hat.

Eine weitere, besonders augenscheinliche Übereinstimmung in der Darstellung der zentralen Vampirfiguren in *True Blood* und *Twilight* betrifft ihre spezifische Relation zur (patriarchalischen) Gesellschaft. Es ist vielsagend, dass sich inzwischen die postulierte Position (und Einstellung) der Vampire gegenüber der menschlichen Gesellschaft drastisch verändert hat. Während Edward in seinem Auftreten als »cooler Highschool-Einzelgänger« zwar ein gewisses Element des Außenseiterstatus beibehält, wird er in zunehmendem Maße als ältester »Sohn« einer fürsorglichen, wohlmeinenden und außergewöhnlich harmonisch-funktionalen Familie von hochgebildeten (quasi veganen) Pazifisten portraitiert, die zufällig Vampire sind. Bill und Eric haben gleichermaßen einflussreiche und traditionell maskulin konnotierte Positionen inne – der eine als Nachtclubbesitzer mit weitreichenden geschäftlichen Investitionen und Immobilienbesitz in der ganzen Welt, der andere ein verehrter (Bürger-)Kriegsveteran und gewählter Bürgermeister seiner Geburtsstadt, der in einem repräsentativen Herrenhaus residiert und als echter Südstaatengentleman in den höchsten gesellschaftlichen Kreisen verkehrt. Die Figur des Ausgestoßenen, der die (menschliche) Gesellschaft meidet, scheint Vergangenheit. Die modernen Versionen des Vampirs sind bestens in gesellschaftliche Zusammenhänge integriert und befinden sich nicht etwa in einer Randposition, sondern inmitten eines konstanten Beziehungs- und Interaktionsgefüges.

Sie mögen durchaus eine *besondere* Stellung einnehmen – doch es ist allem Anschein nach keinesfalls mehr eine *negativ konnotierte*. Die Vampire reflektieren weder ihre Situation übermäßig oft, noch werden sie häufig als »unfreiwillig verwandelt« oder mit ihrem Schicksal hadernd gezeigt – stattdessen sind die neuen Helden viel zu beschäf-

tigt damit, den Anforderungen des (erfolgreichen) Alltags und seinen Verantwortungen zu begegnen. Vampire fürchten oder bekämpfen die gesellschaftliche(n) Autorität(en) nicht mehr – sie haben sie ersetzt.

Auf diese Art in das Sinnbild (und Sehnsuchtsbild) eines potenziellen (und übermäßig attraktiven) Partners verwandelt, wird das Thema Sexualität zunehmend im Rahmen individueller und persönlicher Belange und weniger anhand allgemeiner Komplexe verhandelt. Das Element des körperlich deformierten und sozial isolierten Paria ist in keiner Hinsicht mehr von Belang – eine Voraussetzung für die Wandlung vom abstoßend Monströsen hin zum zentralen Motiv sexueller Attraktivität: *Twilight's* schamhafte, komplexbeladene Romanze zweier Seelenverwandter entwickelt sich dabei fast ausschließlich um den essentiellen (und als solches durchaus traditionellen) Konflikt des Vampirs Edward, ob er seine menschliche Geliebte ebenfalls zum Vampir machen soll, und erinnert in hohem Maße an die Debatte um vorehelichen Sex (umso mehr angesichts des öffentlichen Diskurses um Reinheits- oder Keuschheitsringe für Teenager, die von Gruppen christlich-evangelikaler Abstinenzbefürworter beworben werden), wohingegen die Macher von *True Blood*, inzwischen in der sechsten Staffel laufend, einen gewissen Ruf erlangt haben für ihre berüchtigt-liberale Darstellung erotischer Inhalte und den im Rahmen der Serie zahlreich vorkommenden unkonventionellen Modellen sexueller Orientierung.

Diesen motivischen Wandel bestätigen auch die Ergebnisse unserer Studie: Entsprechend bewerten Teilnehmer mit Interesse an der Kategorie Sex/Romantik in Bezug auf die Charaktere die modernen Vampire signifikant positiver, wohingegen etwa Orlok signifikant weniger positiv bewertet wird.

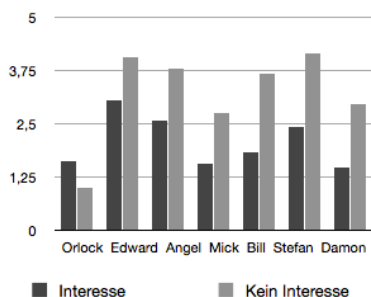


Abb. 1: Interesse an Liebes/Sex-Thematik – Vampirbewertung

Das Vampirgenre in fanproduzierter Fiktion

Theorien des Horrors beschäftigen sich intensiv mit dem inhärenten Paradox der Anziehungskraft dieses Genres, der Faszination des Abnormalen, Furchteinflößenden, sogar Ekelerregenden (Smith; Hills; Gaut; Vonderau). Psychoanalytische Ansätze erklären diese Faszination über Prozesse der sinngemäßen Bestrafung des Zuschauers für eigene unterdrückte, sozial nicht akzeptable Impulse (Biggs, Petrie) oder in einem kathartischen Prozess der Befreiung von ihnen, indem man der Kreatur zusieht, die diese (Ersatz-)Handlungen an unserer Stelle ausführt (Magnan). Es wird ersichtlich, dass solche Erklärungsansätze ein essentielles Verständnis des Vampirs als Monster benötigen, um seine Anziehungskraft über diese Funktion des Auslebens (unterdrückter) bestialischer Impulse zu begründen (Bentley; Richardson).

Wir haben erläutert, dass der Aspekt des Monströsen in den modernen Erscheinungsformen des Vampirs nicht mehr die dominante Eigenschaft bildet, demzufolge greifen psychoanalytische Erklärungsmodelle zu kurz, im Versuch, die Wirkungskraft des heutigen Vampirs zu erläutern und herauszufinden, welche Bedürfnisse der ins Kino strömenden Zuschauermassen durch ihn erfüllt werden. Wenn Vorannahmen basierend auf der Entlastung von (unbewussten) negativen Motivationen oder unterdrückten Sehnsüchten durch »Ersatz«-Handlungen des Monsters wenig Relevanz zu haben scheinen, wie

lässt sich die Beziehung zwischen Zuschauer (oder sogar Fan) und dem Charakter des Vampirs genauer erfassen?

Nimmt man die Langlebigkeit bestimmter fiktionaler Figuren und Geschichten im Zusammenhang mit ihrer Genrezuordnung in den Blick, muss man gewisse produktionspragmatische Aspekte berücksichtigen. Ob ein individueller Film in einem hohen Maß ein Horror-begeistertes Publikum ansprechen will oder nicht – taucht ein Vampir darin auf, hat der Begriff Dracula inzwischen einen eigenen Markenwert erreicht. Der ewige Rückbezug liefert ein in Marketingstrategien nützliches Potenzial, Aufmerksamkeit zu generieren und für ein potenzielles Publikum schnelle Signalwirkung über zu erwartende Inhalte zu gewährleisten, die sich eher auf ein (pop-)kulturelles Vorwissen als tatsächliche Kenntnis der filmischen (oder gar literarischen) Vorbilder gründet.

Doch wie bereits gezeigt werden konnte, erheben moderne Inkarnationen des Vampirs nicht länger den Vorwand, (traditionelle) Horrorfans anzusprechen. Noël Carroll fasst es in seiner *Philosophy of Horror* zusammen: Wenn uns ein Monster nicht ekelt und in Furcht versetzt, funktioniert der Film nicht als Horrorfilm, »the monsters we find in horror stories are uniformly dangerous or at least appear to be so; when they cease to be threatening, they cease to be horrifying« (28). Horror als ein gefühlsgeladenes Genre wird durch diesen intendierten emotionalen Effekt definiert, über die zentrale Reaktion des Zuschauers – Grauen und Angst. Und es ist präzise dieses Genrebewusstsein, das die Spannung im Rezeptionsprozess erzeugt (Schweinitz), doch offenbar trifft diese zentrale Erwartungshaltung auf Seiten der *Twilight*- oder *True Blood*-Fans nicht mehr den Kern. Figurenkonstellationen und die Entwicklung romantischer Beziehungen sind stattdessen in den emotionalen Mittelpunkt der Rezeption gerückt.

Angesichts der bereits erläuterten Eigenschaften der Vampire in *True Blood* und *Twilight* und der Art ihrer Beziehung zu menschlichen Charakteren wird jedoch auch ersichtlich, dass es nicht ausschließlich die Vampire selbst sind, die eine entscheidende Entwicklung vollzogen haben, sondern ebenfalls die Frauenfiguren.

An diesem Punkt lässt sich eine essentielle narrative Abkehr von Vorläufern wie Anne Rices *Chroniken* feststellen, die in relativ konservativer Form aus der (männlichen) Innenperspektive des Vampirs

heraus erzählt werden und von Beginn an in emotionaler Hinsicht äußerst zugänglich und empathiefördernd sind. Im Kontrast zu deren Erzählperspektive kreisen sowohl *True Blood* als auch *Twilight* um weibliche Hauptfiguren. Auf den ersten Blick wirken beide Figuren wenig außergewöhnlich, eine Kellnerin und eine Highschool-Schülerin, die beide in entlegenen Kleinstädten leben, wecken zunächst eher typische Assoziationen des Mädchens von nebenan. Gleichzeitig teilen beide zu Beginn eine gewisse Außenseiterposition. Beide sind auf diese Weise als »anders« markiert und sich in einigen zentralen Charakterzügen, wie starkem Willen und Hang zu Unabhängigkeit, ähnlich. Weitere Aspekte der Rahmenhandlung beider Franchises – wie beispielsweise die charakteristische Abwesenheit zumindest eines Elternteils – sind vergleichbar. Es ist jedoch auffällig, dass (im Unterschied zu früheren starken weiblichen Figuren in der Vampirfiktion, beispielhaft verkörpert von *Buffy the Vampire Slayer*) ihre Erfahrungen nicht länger im Rahmen typischer Jugend- oder Adoleszenzthematiken anzusiedeln sind (Williamson 78f), vielmehr setzen sich beide Figuren mit den Schwierigkeiten »erwachsener« Beziehungen auseinander, die Phase der Teenagerschwärmereien ist längst vorbei.

Selbstständig, tapfer und selbstbewusst – diese Attribute verdeutlichen, wie wenig das Bild des »Opfers« auf diese Protagonistinnen noch anzuwenden ist. Ihre Entscheidungen gründen auf der eigenen Wahl (für einen Beziehungspartner), beide behaupten sich angesichts (übernatürlicher) Aggressoren, und beide sind in der Lage, ihre individuellen Bedürfnisse zu formulieren, während sie gleichzeitig nicht zögern, offen Frustration oder Enttäuschung zu äußern. Zwischen ihnen und den vampirischen Gegenparts geht es nicht mehr um die Frage der Dominanz, sondern um die Bereitschaft und Befähigung, als gleichberechtigte Partner in einer langfristigen Beziehung zu agieren.

Unsere vorläufigen Untersuchungsergebnisse scheinen die Relevanz dieses Wandels der Darstellung zu bestätigen. Selbst auf Basis eines relativ eingeschränkten Untersuchungskanons werden einige Charakteristika der Fanfiction ersichtlich, die über verschiedene Medien hinweg beständig sind. Sowohl in audio-visuellen als auch in literarischen Werken liegt ein deutlicher thematischer Fokus auf der Fortsetzung bzw. Nacherzählung des originalen romantischen Hand-

lungsstranges. Diese Fälle präsentieren die zentralen Charaktere ein ums andere Mal in einer detaillierten Wiedergabe der ursprünglichen Romanze. Besonders im Bereich der *Twilight*-Fanvideos konzentriert sich eine Mehrheit auf solche Aspekte des Bella-Edward-Plots, der Originalinhalt und die entsprechende Charakterisierung der Figuren werden hier bestätigt und kaum abgewandelt. In diesem Strang der Fanfiction lässt sich eine konservative Grundhaltung ausmachen, die Erzählungen folgen der traditionellen Chronologie der romantischen Liebesbeziehung: Kennenlernen und Verlieben, Heirat und Ehe, Schwangerschaft und Elterndasein.

Insbesondere in der literarischen Fanfiction liegt ein merklicher Schwerpunkt auf der Darstellung von Paaren in Alltagssituationen, Handlungen im Rahmen der Privatsphäre, etwa gemeinsam die Einkäufe erledigen, zusammen kochen und dergleichen. In dieser Hinsicht ist das Maß an Kreativität bezüglich neuer Storylines in beiden Medien vergleichbar, wenn man berücksichtigt, dass Fanvideos sich notwendigerweise auf das begrenzte Ausgangsmaterial beschränken müssen. Es ist jedoch auffällig, dass Fanfiction-Autoren generell dazu tendieren, *weibliche* Figuren zu erfinden, die auf männliche Originalfiguren treffen. Auch die weibliche Erzählperspektive der Originale wird in der Fanfiction zum Großteil beibehalten. In Kombination mit einem fiktiven, aber entschieden nicht-fantastischen Schauplatz kann hier ein weiterer Indikator dafür liegen, dass im Fanfiction-Schreibprozess das Ausleben individueller, stark *selbst-bezogener* Fantasien eine Rolle spielt.

Zwischen der *Twilight*- und der *True Blood*-Fanfiction bestehen eine Reihe von Gemeinsamkeiten, insbesondere bezüglich der Darstellung der Protagonistin in Kombination mit anderen Charakteren. Da sich beide Franchises um eine zentrale Dreiecksbeziehung herum entwickeln, ist es wenig überraschend, dass eine große Zahl der Fangeschichten hier ihren narrativen Ausgangspunkt nehmen. Diese Texte und Videos beschäftigen sich mit der alternativen Zweierbeziehung zwischen der Protagonistin und dem im Original »unterlegenen« Dritten und entwickeln die *what if*-Storyline weiter, wobei sie dann zumeist einer traditionellen Erzählstruktur folgen. Generell lassen sich in der Fanfiction allerdings Beispiele für praktisch jede denkbare Figurenkonstellation der im Original verfügbaren Figuren

finden, auch die Protagonisten werden mit nahezu jeder anderen (menschlichen oder vampirischen) Figur zusammengebracht.

Ein entschiedener Unterschied zwischen *True Blood*- und *Twilight*-Fanfiction ist der jeweilige Anteil an Slash-Fiction. Abgesehen von der Jacob/Edward-Kombination (als logische dritte Option des zentralen Figurendreiecks der Reihe) gibt es vergleichsweise wenig Fanfiction, die sich um queere oder slash-orientierte Rekombination von Charakteren dreht. Im Gegensatz dazu ist die Zahl an entsprechender Fanfiction zu *True Blood* deutlich höher und fast jede mögliche Figurenkombination ist präsent.

In dem Fall, dass für Nebenfiguren separate Geschichten entwickelt werden, gewinnen die literarischen Vorlagen der Franchises gegenüber ihren audio-visuellen Adaptionen an Bedeutung. Erzählungen, die etwa um die Familie Cullen aus *Twilight* kreisen oder Charaktere aus Nebenhandlungen in den Mittelpunkt stellen, folgen zu meist einem chronologisch organisierten Lebensgeschichtenformat, das eine größere Detaildichte sucht und nur selten entschieden von den Verläufen der Ausgangswerke abweicht. Nichtsdestotrotz scheint auch das Phänomen des Sonderstatus einzelner Nebencharaktere, und einer sich entwickelnden separaten Anhängerschaft, unsere prinzipiellen Annahmen bezüglich Fanpräferenzen zu stützen. Insbesondere die Figur des Godric, eines Vampirs, der sich durch sein ungewöhnlich hohes Maß an Mitgefühl und seine pazifistische Überzeugung von anderen Charakteren abhebt, wird im Rahmen der Fanfiction aufgegriffen (vier von zehn Geschichten des Samples stellen ihn in eine romantische Figurenkonstellation).

Andere Kontexte – andere Erwartungen

Auch das Kernergebnis der Befragung in Zusammenhang mit den Erwartungen der Teilnehmer scheint die generelle Idee eines Wandels von sozialen hin zu individuellen bzw. von intellektuellen, subversiven zugunsten von emotionalen Komplexen zu unterstützen. Das Ergebnis legt nahe, dass Zuschauer, die nach eigener Aussage affektive Gratifikationen in Form von eskapistischen Effekten erwar-

ten, generell auch neue TV-Vampire bevorzugen; der T-Test zum Zusammenhang zwischen dem erklärten Bedürfnis nach Eskapismus einerseits und der positiven Bewertung ebendieser Charaktere andererseits, zeigt hier hohe bis absolute Signifikanzwerte.

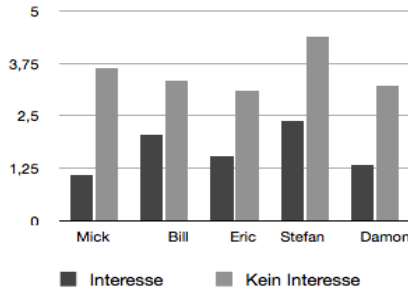


Abb. 2: Interesse an Eskapismus - Vampirbewertung

Auch in Bezug auf die transportierten Komplexe scheinen die Ergebnisse unsere Erwartungen aus der Filmanalyse zu stützen: Teilnehmer, die emotionale Aspekte erwarten, präferieren »neue« Vampire wie Bill, Stefan und Damon signifikant eher als Teilnehmer, die keine Emotionen erwarten. Teilnehmer hingegen, die soziale Aspekte erwarten, bewerten Vampire wie Edward aus der *Twilight*-Saga signifikant weniger positiv als Teilnehmer ohne sozial bedingte Erwartungen. Im Gegensatz dazu bevorzugen sie speziell den *Nosferatu*-Charakter Orlok.

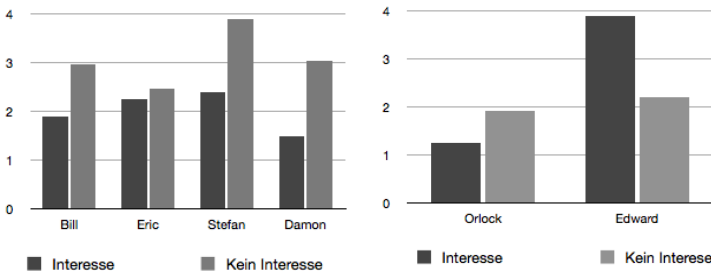


Abb. 3: Interesse an emotionalen Belangen (links) und sozialen Belangen (rechts) – Vampirbewertung

Das spezielle narrative Format der »neuen« Produktionen ist hier von zentraler Bedeutung. Der Wandel von generellen hin zu persönlichen Komplexen wird durch den *seriellen* Charakter der Franchises zusätzlich unterstützt (Williamson 48f), der erheblich mehr Raum für Ambiguität lässt: Der Verlauf der Geschichten ermöglicht es den Charakteren, eine stetig weitere Bandbreite an Emotionen zu entwickeln, da sie sich detailliert mit individuellen Konflikten auseinandersetzen müssen und dabei im Laufe der Geschichten immer vielfältigere, differenziertere Reaktionen zeigen, anstatt lediglich einen moralisch absoluten Typus zu verkörpern. Diese Tendenz wiederum beeinflusst die Repräsentation der Protagonisten; beide hier besprochenen modernen Versionen werfen einen Großteil der traditionellen (Horror-)Konventionen über den Haufen. So sind die nahezu tageslichtunempfindlichen *Twilight*-Vampire im wörtlichen Sinne keine Kreaturen der Nacht mehr; zwar hat Sonnenlicht auch auf diese Figuren noch einen Effekt, dieser unterstützt jedoch entgegen herkömmlicher Konventionen lediglich ihren romantischen, geheimnisvollen Charakter.

In Zusammenhang mit dem Wandel des äußeren Erscheinungsbilds des »neuen« Vampirs muss zudem erwähnt werden, dass diese zunächst vielleicht modern erscheinende Veränderung in Richtung des »romantischen, zurückhaltenden Helden« einen wohlbekannten Typus der Literatur- und Filmgeschichte aufnimmt. Selbst wenn die Vorstellung des Vampirs als furchterregendes Monster das öffentliche Bild der Figur lange Zeit dominierte, stellt der sympathische Vampir, der als gequälte, gar tragische Figur, als dem Schicksal ausgeliefertes »Opfer der Umstände«, einen lang etablierten narrativen Prototypen in der Mediengeschichte dar (Williamson 29f; Recht). Dennoch erfahren zentrale Koordinaten der dominanten Persönlichkeitseigenschaften des Vampirs subtile Verschiebungen, er erscheint sehnsüchtig, nicht lüstern, grüblerisch anstelle von hasserfüllt, ernst und nachdenklich statt arrogant und überheblich – kurz: leidend statt furchterregend. Die Entscheidungen der Produzenten zugunsten tragischer Hintergrundgeschichten und entsprechender Figurenpsychologie, wie oben in Zusammenhang mit *Bram Stoker's Dracula* erwähnt, sind bezeichnend für diesen fundamentalen Paradigmenwechsel. Indem generisch-narrative Konventionen sowie die damit einher-

gehende Motivation des Charakters zugunsten der Etablierung des (emotionalen, nicht physischen) Verlangens des Vampirs nach einem Menschen abgelöst werden, erscheint dieses romantische Bedürfnis in den Geschichten der »neuen« Vampire nunmehr als zentrales Motiv. Es verstrickt den Vampir in einem Geflecht von Beziehungen anstatt ihn als Außenseiter langfristiger, zwischenmenschlicher Beziehungen zu etablieren und positioniert ihn dabei zwangsläufig innerhalb des gesellschaftlichen Gefüges.

Dieses Bild des Gequälten, Liebenden entspricht nicht mehr dem des gefährlichen Jägers, es rückt moralische und vor allem *emotionale* Konflikte in den Vordergrund, etwa den inneren Kampf des Protagonisten, meist von dessen Unwillen herrührend, menschliches Blut zu trinken. Sein Leiden ist »symbolic of the vampire's misrecognized innocence« (Williamson 43) und vollendet somit die Umkehrung vorheriger gefährlicher und mörderisch-lüsterner Eigenschaften.

Das Ergebnis unserer Befragung scheint diesen Befund zu bestätigen. Wie Studien nahelegen, existiert ein Zusammenhang zwischen Persönlichkeitseigenschaften auf der einen und filmischen Präferenzen auf der anderen Seite (Blumler, Katz; Palmgreen). Wenn auch noch immer keine eindeutige Übereinstimmung über die Qualität des Zusammenhangs besteht, lassen sich auf Basis bisheriger Untersuchungen in Bezug auf das Horrorgenre in Zusammenhang mit den Persönlichkeitsmerkmalen der »Big Five« zwei generelle Annahmen festhalten: Erstens, neurotische Personen werden generell mit einer deutlichen Präferenz für Horrormaterial in Zusammenhang gebracht (Weaver) und zweitens, verträgliche (*agreeable*) Personen bevorzugen populäre Medieninhalte, während sie verstörende, weniger konventionelle Inhalte meiden (Kraykaamp).

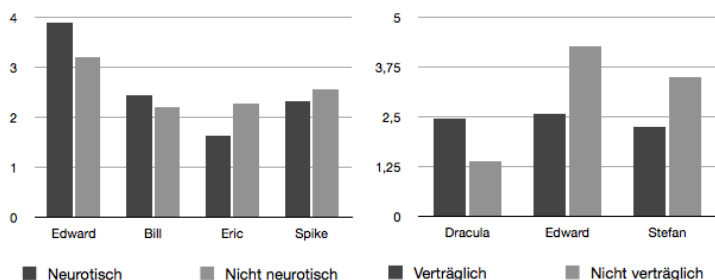


Abb. 4: Neurotizismus (links) und Verträglichkeit (rechts) – Vampirbewertung

Entsprechend zeigt das Ergebnis unserer Befragung, dass Teilnehmer, die anhand des Persönlichkeitstests als neurotisch eingestuft werden können, die neuen, »Good-Guy«-Charaktere negativer bewerteten als nicht-neurotische Teilnehmer.⁵ Die negative Bewertung dieser Charaktere scheint die Idee eines Wandels weg von furchterregenden Inhalten zusätzlich zur Filmanalyse zu unterstützen. Bezüglich des Zusammenhangs zwischen der Bewertung der Charaktere einerseits und der Persönlichkeitsmerkmale der Fans andererseits war zudem besonders deren »Verträglichkeit« von Bedeutung: Es zeigte sich ein deutlicher Zusammenhang zwischen dem Grad der Verträglichkeit der Teilnehmer und deren positiver Bewertung des Charakters Edward. »Verträgliche« Teilnehmer – die generell ein verringertes Interesse an Horrorfilmen zeigen – bewerteten »gute« Charaktere positiver, während sie negative Charaktere negativer bewerteten als nicht-verträgliche Teilnehmer. In Übereinstimmung mit unserer Annahme finden diese Teilnehmer besonders an sozial integrierten Opferfiguren Gefallen, die generell mit der Fähigkeit zu Mitgefühl und Verständnis assoziiert werden.

⁵ Dieses Ergebnis war jedoch nicht signifikant.

Fazit

Der geschichtliche Überblick im Rahmen unserer Filmanalyse zeigt, dass der Vampir ursprünglich vor allem dem Transport bzw. der (Wieder-)Verhandlung absoluter Kategorien diene. Sein Charakter wurde besonders durch die Eigenschaft des Bedrohlichen dominiert und besonders mit Komplexen wie Krankheit und Zerfall sowie den soziokulturellen Verhandlungen des Angstvollen assoziiert. Aktuelle, populäre Mainstreamvarianten hingegen reduzieren ein solches subversives Potenzial auf ein Minimum, indem der Figur neue und veränderte Dimensionen des Attraktiven – erstens durch die Darstellung komplexerer innerer Konflikte sowie zweitens durch ein ansprechend-attraktives Äußeres – hinzugefügt werden. Anstelle des Monsters treten stärker differenzierte Charaktere in den Mittelpunkt, die in ihren Geschichten Raum für emotionale Komplexe eröffnen. Die Beobachtung, dass das Monströse nicht länger den dominanten Zug des Vampirs darstellt, wird besonders deutlich, wenn man den Zuschauer in seine Untersuchung einbezieht, denn: Die Änderungen beschränken sich nicht einfach auf den Bereich der Repräsentation oder Ästhetik, sondern illustrieren einen Prozess auf symptomatischer Ebene.

Die filmische Entwicklung der Figur des Vampirs dient der Demonstration eines vielschichtigen Wandels, der den Begriff des Genres und dabei die Zuordnung der Filme (vom Randgruppen- zum Mainstreamfilm) sowie daraus resultierende Zuschauererwartungen und Fanaktivität sowohl vor als auch nach der Rezeption beeinflusst. So wird deutlich, dass die Entwicklung des Films ebenso einen Wandel seiner Funktion beinhaltet. Auch wenn die adressierten thematischen Komplexe und Themen noch immer untrennbar mit universellen Belangen zusammenhängen, werden diese jedoch individuell verarbeitet. Zentrale Aspekte sind der (drohende) Verlust individuellen Glücks wie beispielsweise die Angst vor dem Verlust eines Geliebten oder des Beziehungsstatus, vergleichsweise intime und persönliche Belange anstelle von kollektiven Ängsten beispielsweise vor Krankheit oder Krieg. Während die Filme also noch immer grundlegende und universelle Bedürfnisse behandeln, bieten die Charaktere

Möglichkeiten der Identifikation, der empathischen Teilnahme – das dahinterliegende Verlangen jedoch ist äußerst selbstbezogen.

Literatur

- Bentley, Christopher. The Monster in the Bedroom: Sexual Symbolism in Bram Stoker's *Dracula*. *Dracula: The Vampire and the Critics*. Ed. M. L. Carter, 25–43. Ann Arbor: UMI Press, 1988.
- Biggs, J. M. und D. W. Petrie. *The Art of Watching Films*. New York: McGraw Hill, 2008.
- Blumler, Jay G. und Elihu Katz. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives*. Newbury Park: Sage, 1974.
- Carroll, Noël. *The Philosophy of Horror, or, Paradoxes of the Heart*. New York: Routledge, 1990.
- Gaut, Berys. The Paradox of Horror. *British Journal of Aesthetics* 33.4 (1993): 333–345.
- Hills, Matt. *The Pleasures of Horror*. London/New York: Continuum, 2005.
- Holte, James Craig. *Dracula in the Dark: The Dracula Film Adaptations*. London: Greenwood Press, 1997.
- Iser, Wolfgang. Die Appellstruktur der Texte: Unbestimmtheit als Wirkungsbedingung literarischer Prosa. *Rezeptionsästhetik. Theorie und Praxis*. Ed. Rainer Warning, 228–252. München: Wilhelm Fink, 1994.
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York/London: Routledge, 1992.
- Kraaykamp, Gerbert. Parents, personality and media preferences. *Communications* 6 (2001): 15–37.
- Magnan, Jeremy. Allegories of Vampire Cinema. *Suny Connect* (n.d.): 143–150. dspace.sunyconnect.suny.edu/bitstream/handle/1951/43951/Allegories_of_Vampire_Cinema.pdf (30. Nov. 2013).
- O'Brien, Daniel. Shadow of the Vampire: *Dracula* in (Mis)translation. *Emergence* 1 (2009): 34–39.
- Palmgreen, Philip. Uses and gratifications: A theoretical perspective. *Communication Yearbook* 8. Ed. R. N. Bostrom, 20–55. Beverly Hills: Sage, 1984.
- Rammstedt, Beatrice und Oliver P. John P. Kurzversion des Big Five Inventory (BFI-K). Entwicklung und Validierung eines ökonomischen Inventars zur Erfassung der fünf Faktoren der Persönlichkeit. *Diagnostica*, 51.4 (2005): 195–206.
- Recht, Marcus. *Der sympathische Vampir. Visualisierungen von Männlichkeiten in der TV-Serie Buffy*. Frankfurt/New York: Campus, 2011.

- Richardson, Maurice. The Psychoanalysis of Count Dracula. *Vampyres: Lord Byron to Count Dracula*. Ed. C. Frayling, 418–422. London: Faber and Faber, 1991.
- Smith, Murray. Gangsters, Cannibals, Aesthetes, or Apparently Perverse Allegiances. *Passionate Views: Film, Cognition, and Emotion*. Eds. Carl Plantinga und Greg M. Smith, 217–238. Baltimore/London: Johns Hopkins University Press, 1999.
- Schweinitz, Jörg. »Genre« und lebendiges Genrebewußtsein. Geschichte eines Begriffs und Probleme seiner Konzeptualisierung in der Filmwissenschaft. *Montage a/v* 3/2/1994: 99–118.
- Stoker, Bram (1897). *Dracula*. New York: Penguin Putnam Ink. (Signet Classic), 1978.
- Vonderau, Patrick. »In the hands of a maniac« Der moderne Horrorfilm als kommunikatives Handlungsspiel. *Montage a/v* 11/2/2002: 129–146.
- Weaver, J.B. Exploring the links between personality and media preferences. *Personality and Individual Differences* 12 (1991): 1293–1299.
- Williamson, Milly. *The Lure of the Vampire: Gender, Fiction and Fandom from Bram Stoker to Buffy*. London/New York: Wallflower Press, 2005.

Der Freiraum der Leidenschaft

Thessa Jensen

Fanfiktion wird von Frauen für Frauen geschrieben (Coppa 47; Green, Jenkins, Jenkins 64). Was, im wahrsten Sinne des Wortes, treibt Frauen dazu, Tage, Wochen und Monate in das Schreiben, Lesen und Kommentieren von Fanfictions zu investieren? Schließlich ist dies eine Tätigkeit, die in keiner Weise mit Geld bezahlt oder, über die Anonymität des Fandoms hinaus, anerkannt wird?

Im folgenden Artikel wird untersucht werden, woher die grundlegende Motivation zum Lesen und Schreiben von Fanfiktion kommt und wie diese Leidenschaft unterstützt und gefördert werden kann. Basis der Untersuchung sind verschiedene Soziale Medien des Internets, hauptsächlich *fanfiction.net* (nachfolgend abgekürzt als *FFnet*), *archiveofourown.org* (nachfolgend abgekürzt als *AO3*) und *fanfiktion.de* (nachfolgend abgekürzt als *FFde*). Csikszentmihalyis Kreativitätsmodell (*Creativity* 314) wird zunächst vorgestellt, dann als Ausgangspunkt für die Analyse genutzt und abschließend modifiziert.

Die Resultate dieses Artikels sind transnational und global zu verstehen. Die deutsche Fangemeinde hat mit *FFde* zwar ihre eigene Fanfictionwebsite, doch diese ist im Verhältnis zu *FFnet* und *AO3* relativ klein. Am 25. März 2014 hatte *FFde* insgesamt 263.288 Geschichten, während *FFnet* alleine für das Fandom »Harry Potter« 678.000 Geschichten nachweisen konnte; auf *AO3* befinden sich alles in allem 1.046.548 Geschichten – davon nur 2.539 in deutscher Sprache, mit 5.092 Hits für die meistgelesene deutsche Geschichte. Im Gegensatz dazu hat die meistgelesene (englischsprachige) Geschichte auf *AO3* insgesamt 392.286 Hits.

Am Anfang war die Kreativität

Any definition of creativity [...] will have to recognise the fact that the audience is as important to its constitution as the individual to whom it is credited. (*Creativity* 313).

Der Einfluss des Publikums, der Leserschaft, ist in der heutigen Fanfictionwelt nicht mehr wegzudenken. Wo früher Fanfictionmagazine, sogenannte Fanzines (Coppa; Busse, Hellekson), unter dem Ladentisch verkauft wurden, sind Fanfictionwebsites heute unmittelbar für jeden mit einem Internetanschluss zugänglich. Die Möglichkeiten des Web 2.0 und die Entwicklung der Sozialen Medien (boyd, Ellison) wie *Facebook*, *Twitter* und *tumblr* haben eine Medienlandschaft entstehen lassen, in der Produzent und Konsument miteinander verschmelzen, in der Leser und Verfasser kontinuierlich die Rollen tauschen und miteinander neue Geschichten entwickeln, kommentieren und kritisieren. Dabei geht es nicht nur um das ›Gesehen-werden‹, sondern gleichermaßen um das Sehen und Anerkennen des Anderen im Sinne von Løgstrup (Jensen 244, 247; siehe auch Thomas, Brown 22).

Wie oben zitiert, lässt sich Csikszentmihalyi zufolge das Publikum im Zuge einer Definition von Kreativität nicht wegdenken. Gerade innerhalb des Fanfictionuniversums sind die Leser und Kommentatoren wichtige Bestandteile einer Kultur, wie wir sie auf Plattformen wie *FFnet*, *FFde* oder *AO3* vorfinden.

Amabile, Fisher (482) und Csikszentmihalyi (*Creativity* 313) definieren Kreativität als neue Ideen, die entweder in einem bestimmten Wissensgebiet oder in einer Organisation umgesetzt und angewendet werden können. Csikszentmihalyis Kreativitätsmodell (Abb. 1) sieht Kreativität als einen Prozess, der zwischen der kreativen Person, dem Inhalt der Domäne, das heißt dem vorhandenen Wissen, den Praktiken und Werkzeugen, und dem sozialen Feld, der Praxisgemeinschaft, stattfindet. Das vorhandene und neue Wissen wird zwischen der Person und der Domäne vermittelt. Im Zusammenspiel zwischen Feld und Individuum werden neue Ideen und Innovationen, das heißt, das Verwandeln neuer Ideen in brauchbare Produkte, produziert. Schließlich bewertet und wählt das Feld mittels des Hinzuziehens der Domäne die angemessenen Ideen und Innovationen aus.

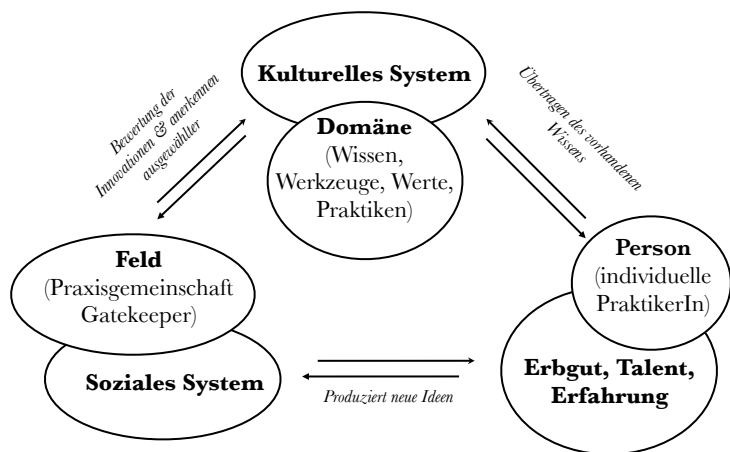


Abb. 1: Systemmodell der Kreativität nach Csikszentmihalyi (Creativity 314), eigene Übersetzung.

Ausgehend von vorliegendem Modell soll nachfolgend das kulturelle System mit dem Fandom gleichgesetzt werden. Die Person ist der einzelne Fanfiction-Verfasser und das Feld ist die Praxisgemeinschaft innerhalb des sozialen Systems eines Fandoms und der einzelnen Fanfictionwebsites. Fanfictionwebsites sind jedoch auch die Werkzeuge der Domäne, ergeben also den Raum und das Verhalten, sind gleichzeitig kulturelles Artefakt und formen die Kultur (*A Response to Christine Hine* 26).

Es ist diese Praxisgemeinschaft, die gleichzeitig Produzent und Leserschaft stellt. In ihr wird ein Verfasser zum Publikum und umgekehrt. Selbst das anonyme Publikum, in der Form der Leser, die ohne ein Profil auf den jeweiligen Websites trotzdem – oder gerade deswegen – die angebotenen Geschichten lesen, werden in den Statistiken, die dem Verfasser jederzeit zugänglich sind, registriert. Auf diese Weise sind es nicht nur »Kudos«, Reviews oder Kommentare, die auf den Verfasser einwirken. Die Lust oder Unlust, eine gegebene Geschichte weiterzuschreiben oder neue Ideen zu entwickeln, kann alleine von der Anzahl der Hits abhängen, die eine Geschichte bekommt.

Um ein Ausleben der Kreativität zu ermöglichen, muss ein sicherer Raum für die Produzenten, also die Verfasser, der Geschichten

geschaffen werden. Wo früher Fanzines gedruckt und an ein exklusives Netzwerk verteilt wurden, schaffen die heutigen Medien ganz andere Möglichkeiten.

Der sichere Freiraum

We started out guerrilla. We were illegal, going down to the beach to burn this thing. And we depended for our resources, not on grants, and not on sponsorship, and not anybody's funding, but on our own communal efforts undertaken together. (Harvey).

Das *Burning Man*-Festival entspringt der Idee der temporären autonomen Zone (T.A.Z.) Hakim Beys. Diese Zone ist ein freier Raum, der von den Teilnehmern selbst geschaffen wird, um für einen gegebenen Zeitraum alternative Möglichkeiten des Zusammenlebens zu gestatten. Die T.A.Z. ist ökonomisch unabhängig und wird ausschließlich von Beiträgen und der Arbeit der Mitglieder selbst ermöglicht. Das *Burning Man*-Festival arbeitet beispielsweise nicht mit monetären Mitteln, sondern setzt eine Geschenkwirtschaft voraus. Bey sieht diese Zonen als eine Form des Anarchismus, in der die Menschen ohne regulierende Kontrollinstanzen neue soziale Lebensformen ausprobieren können, die zwar im Gegensatz zu den existierenden Machtstrukturen der Gesellschaft stehen, diese jedoch nicht direkt bedrohen. Die autonome Zone ist in ihrem Wesen temporär, also zeitlich begrenzt, und eine der Grundideen ist darüber hinaus, dass die Zone keine physischen Spuren hinterlässt (Harvey).

Mit anderen Worten schafft die T.A.Z. einen Freiraum, in dem die Teilnehmer ihren Ideen freien Lauf lassen können, ohne die Restriktionen und Reaktionen der umgebenen Gesellschaft beachten oder fürchten zu müssen. Ein Ausleben dieser Ideen im physischen Raum ist im Falle des *Burning Man*-Festivals in der Wüste Nevadas möglich. Im digitalen Raum des Internets ist die Idee einer T.A.Z. weitaus einfacher zu gestalten, doch der Entfaltung sind bestimmte Grenzen gesetzt. Mitchell (127) spricht vom Potenzial, das sich im digitalen Raum entfalten kann. Digitalität kennt keine physischen Begrenzungen. Ein Raum zur Entfaltung von Ideen, Relationen, Vernetzun-

gen und zum Erproben alternativer Gesellschaftsformen kann somit ohne weiteres im Internet geschaffen werden. Der Raum muss für die potenziellen Besucher zu finden und zu benutzen sein, sonst entsteht ein sogenanntes *Cyber Siberia* (Mitchell 123). Das heißt, ein digitaler Raum, der trotz Vernetzungsmöglichkeiten nicht genutzt wird.

Fanfictionwebsites können unter Vorbehalt als temporäre autonome Zonen gesehen werden, gibt es doch grundlegende Unterschiede zwischen den einzelnen Plattformen, wenn deren Organisation berücksichtigt wird. Die Betreiber von *FFde* und *FFnet* haben strikte Regelungen für die Inhalte der einzelnen Fanfictions. Die Verfasser dieser Geschichten müssen unter anderem Altersgrenzen angeben, um junge Leser vor sexuell expliziten Inhalten zu schützen. Doch selbst mit einem »mature content« kann es dem Verfasser passieren, dass die Geschichte gelöscht wird, wenn die Betreiber oder Leser sie als zu explizit empfinden. Darüber hinaus hat *FFde* die Regel, dass Geschichten mit explizitem Inhalt nicht vor 23 Uhr nachts gelesen werden können, es sei denn, der Leser hat dem Betreiber sein Alter nachgewiesen. Diese grundlegenden Begrenzungen finden sich nicht unmittelbar bei *AO3* wieder. Diese Website wird von den Teilnehmern selbst organisiert und betreut.

2012 führte *FFnet* eine groß angelegte Zensuraktion durch, in der mehrere Geschichten ohne das Aussprechen einer Vorwarnung gegenüber den Verfassern gelöscht wurden. Das Resultat der Aktion war eine Migration von Verfassern und Lesern zu *AO3* (*Milestones; FF.net to AO3*). Während *FFnet* und *FFde* mit Regeln und dem Löschen der Geschichten drohen, arbeitet *AO3* auf andere Art mit den Herausforderungen, die sich aufgrund bestimmter Inhalte der Geschichten ergeben können. Damit ein Leser nicht unverhofft auf Geschichten trifft, die dieser als unpassend empfindet, hat *AO3* ein Taggingssystem ausgearbeitet, das es dem einzelnen Leser ermöglicht, Geschichten nach eigenen Wünschen herauszufiltern. Ebenso ist der Verfasser angehalten, seine Geschichten möglichst genau zu taggen, um die Leser vor unerwünschten Inhalten zu beschützen. Somit wird hier eine Warnmarkierung ermöglicht, die gleichzeitig als ausgezeichnetes Suchsystem benutzt werden kann. Bei *FFnet* liegt somit die Kontrollinstanz bei den Betreibern, während bei *AO3* die Autoren

und Leser zu einem selbstverantwortlichen Handeln aufgefordert werden.

Wie das oben genannte Beispiel zeigt, reagiert die Fangemeinde auf Regeländerungen, die nachhaltige Wirkungen auf die Rahmenbedingungen des Raumes einer Fanfictionwebsite haben könnten. Sie suchen dabei einen neuen Raum, der ihnen unmittelbar größere Freiheiten verspricht. Die Unterschiede zwischen *FFnet* und *AO3* können mit der Inblicknahme dieser Suche auch folgendermaßen beschrieben werden: *FFnet* mit seinen teilweise strikten Regeln kann »Alienation« hervorrufen (*Flow* 86), das heißt, der Benutzer empfindet das System als zu restriktiv und verfremdend und fühlt sich damit in seiner Entfaltung begrenzt. *AO3* kann dagegen für neue Fanfiction-Verfasser oder auch Leser als zu regelfrei empfunden werden, als sogenannte »Anomie« (*Flow* 86). Interessanterweise ist die autotelische Persönlichkeit (*Flow* 88f; Baumann 166), auf die im Folgenden noch näher eingegangen werden wird, durch ihr Vermögen gekennzeichnet, genau diese Freiheiten nutzen zu können. Eine autotelische Persönlichkeit ist somit die Voraussetzung für das Erschaffen neuen Inhaltes auf Fanfictionwebsites, wie unten weiter aufgeführt werden wird.

Doch können Fanfictionwebsites als solches mit der Guerillame-tapher der autonomen Zone gleichgesetzt werden? Der Kampf, der in den Räumen der Fanfictionwebsites ausgetragen wird, dreht sich unter anderem um die Freiheit, neue Geschichten mit bekannten Charakteren zu schreiben. Die Copyrightgesetze werden hier teilweise missachtet und die Verfasser befinden sich in einer rechtlichen Grauzone. Fanfictionwebsites sind sich dessen bewusst und versuchen auf verschiedene Weise, damit umzugehen. Die *Organization for Transformative Works*, Betreiber des *AO3*, arbeitet aktiv an einer Legalisierung von Fanfiction (OTW). *Adult-fanfiction.org* fordert einen sogenannten Disclaimer am Anfang einer Fanfiction (Adult). Gesetzlich gültig ist dieser Disclaimer jedoch nicht und muss somit als reine Formalität angesehen werden. *FFnet* hat unter anderem eine Liste von Verfassern, deren Werke nicht für Fanfiction genutzt werden dürfen (*FFnet*). Auf diese Weise versuchen die Plattformen, die Inhalte gegen mögliche Repressalien von Seiten der Autoren und Produktionsgesellschaften zu schützen.

Das Problem der Fanfictionplattformen sowie der Produktionsgesellschaften ist die »Unendlichkeit« des Internets. Wie das Beispiel von *FFnet* zeigt, können Teilnehmer eines Raumes ohne Probleme in andere Räume überwechseln, wenn der ursprüngliche Raum nicht mehr als passend empfunden wird. Lunenfeld beschreibt in seinem Essay *Unfinished Business*, dass ein digitaler Raum als unendlich verstanden werden müsse. Unendlich, da der Inhalt durch die jeweiligen Benutzer verändert oder neu produziert werden kann. Lunenfeld sieht diesen Raum als eine Fortführung des unendlichen Geschichtenerzählens aus *Tausend und einer Nacht* (20). Raum und Geschichte verschmelzen in den digitalen Inhalten (Lunenfeld 15). Es ist ein Raum, der nur entsteht und existiert, solange er die Besucher des Raumes zur Benutzung des Gleichen animieren kann (Mitchell 123). Das Geschichtenerzählen ist hier nicht nur Inhalt, sondern gleichzeitig Kompass und Demarkation: »One way we find our way through is by telling stories of where we have been« (Lunenfeld 13). Und weiter: »In the present moment, then, narratives are developed to be unfinished, or unfinishable« (Lunenfeld 15). Fanfictionwebsites zeigen, wie die Verfasser die originale Geschichte verstehen und benutzen, um eigene Ideen, Erlebnisse oder Fantasien auszuleben und zu erzählen. Die originalen Geschichten dienen somit als Grundlage für die Inhalte des digitalen Raumes und erweitern gleichzeitig auf diese Weise denselben.

Wenn die Besucher eines digitalen Raumes nicht für Inhalte sorgen, dann bleibt der Raum leer und verwaist. Wenn die Besucher in andere Räume ziehen, wird die temporäre Existenz des digitalen Raumes deutlich. Lunenfeld zeigt, dass ein Raum erst durch den Gebrauch in seine eigentliche Funktion hineinwächst. Fanfictionwebsites sind Teil dieser Veränderungen, die durch neue Teilnehmer und neue Anwendungsmethoden nicht nur eine bestimmte Kultur erschaffen, sondern auch von eben dieser Kultur verändert und geformt werden. So ist die Kombination verschiedener Medien innerhalb einer Geschichte auf *AO3* möglich – hier kann der Verfasser Filmmaterial, Bilder und Musik in die Geschichte selbst einbauen, wie auch direkte Links auf externe Webseiten einfügen – während weder *FFnet* noch *FFde* die gleichen Möglichkeiten bieten und somit ein *Cyber Siberia* riskieren (Mitchell 123). In der trans- und crossmedialen

Welt von heute sind die Verzahnung und Kombination verschiedener Medien und auch anderen Plattformen (beispielsweise *tumblr* oder *Facebook*) ohne Weiteres möglich und werden deshalb von den Benutzern gewünscht und gesucht.

Diese Unendlichkeit der Möglichkeiten zieht ein weiteres Themenfeld mit sich: Der Raum wird ein Raum des Erlebens, des Zusammenseins, des Lernens und Lehrens. Fanfiction und das kulturelle System des Fandoms besteht nicht nur aus dem Schreiben von Fanfiction, sondern es schafft neue Zusammenhänge, neues Wissen, indem es Fans zusammenbringt und in dem Schreiben und Lesen, dem Entwickeln einer Geschichte und der Weiterbildung des Verfassers vereint. Damit wird der Raum zu einem kollektiven Raum der Kreativität, wie Thomas und Brown ihn beschreiben. Dieser Raum wird von ihnen mit den Begriffen »agency« (Handlungsmöglichkeiten), »structure« (Struktur) und »boundaries« (Grenzen) charakterisiert:

The new culture of learning actually comprises two elements. The first is the massive information network that provides almost unlimited access and resources to learn about anything. The second is a bounded and structured environment that allows for unlimited agency to build and experiment with things within those boundaries. (Thomas, Brown 19).

Die neue Kultur des Lernens besteht somit aus zwei grundlegenden Elementen. Der Zugriff auf ein massives Netzwerk von Informationen auf der einen Seite ermöglicht die Anwendung grenzenloser Ressourcen. Die Strukturen und die Grenzen des Raumes, das heißt in dem vorliegenden Fall des Sozialen Mediums in Gestalt der Fanfictionwebsites, ergeben auf der anderen Seite die Rahmenbedingungen und die Handlungsmöglichkeiten des einzelnen Benutzers. Innerhalb dieser ergibt sich somit die »agency« des Benutzers, seine Handlungs- und Interaktionsmöglichkeiten durch das Medium, mit dem Medium, mit anderen Medien und Menschen. »Agency« ist somit ein aktives, bewusstes Arbeiten im gegebenen Raum und unter den gegebenen Bedingungen.

Weiter beschreiben Thomas und Brown diesen kollektiven Raum als eine Gemeinschaft gleichgesinnter Menschen (21), der einen sicheren Freiraum der Erfahrungsbildung, des Lernens und Erlebens gewährt. Handlungsmöglichkeiten, Struktur und Begrenzungen sind für einen kollektiven Freiraum, wie Fanfictionwebsites, notwendig,

um die Entfaltung des Einzelnen zu gewährleisten und auch zu schützen. Die Strukturen und Begrenzungen dürfen jedoch nicht zu rigide und eng werden, wenn sie weiterhin ein freies Schaffen ermöglichen sollen.

Die Zusammenarbeit der Teilnehmer und Besucher des Raumes sollte nicht nur möglich, sondern auch sichtbar sein. Csikszentmihalyi (*Creativity* 313) und Amabile (78) zeigen, dass Kreativität Zusammenarbeit und ein Publikum voraussetzt. Damit muss der Raum, in dem diese Kreativität zum Ausdruck gebracht werden soll, eben diese Zusammenarbeit sichtbar unterstützen. Bei *AO3* hat ein Verfasser die Möglichkeit, weitere Coautoren anzugeben. Dies ist weder bei *FFnet* noch bei *FFde* möglich. Sollten zwei Verfasser dieselbe Geschichte auf diesen Plattformen hochladen, riskieren sie, des Plagiats beschuldigt zu werden.

Gleichfalls ermöglicht *AO3*, dass Verfasser sich öffentlich zu Kommentaren und Kritiken äußern können. Die Plattform stellt somit eine Infrastruktur für den Dialog zwischen Autor und Reviewer, und darüber hinaus zwischen Reviewer und Reviewer, zur Verfügung. Ein reeller Dialog wird möglich und durch das Design der Plattform unterstützt und gefördert. Auf *FFnet* kann dies nur durch eine *private message*, eine private Mitteilung, stattfinden. Die einzige andere Möglichkeit zur Kommunikation ist gegeben, wenn der Autor in seiner Geschichte selbst öffentlich auf Kritiken antwortet. Das heißt, der Autor muss aktiv die gegebene Infrastruktur verändern und Inhalte (Kommentar und Geschichte) mischen, um einen Dialog herzustellen.

Bei allen drei Fanfictionwebsites ist jedoch die Zusammenarbeit mit einer sogenannten Betaleserin möglich. Das heißt, dass ein Leser eine neue Geschichte eines Verfassers durchliest, kommentiert und berichtigt, bevor diese hochgeladen wird. Unterstützt wird dies, indem interessierte Leser aufgefordert werden, in ihren Profilbeschreibungen darauf aufmerksam zu machen, dass sie als Beta agieren möchten – oder sie können sich in den jeweiligen dazu eingerichteten Foren anmelden.

Dieses Lernen- und Lehren-Wollen kommt auch in den Reviews oder Kommentaren auf den verschiedenen Plattformen zum Ausdruck. So bitten einige Verfasser direkt um kritische, konstruktive

Kommentare, um auf diese Weise ihre Geschichten verbessern zu können oder neue Inspiration für den weiteren Verlauf der Geschichten zu bekommen. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass diese Kommentare und Reviews eher als Anerkennung des Verfassers im Sinne Løgstrups (Jensen 244) operieren sollten, da negative Kommentare wiederum einen sehr negativen Effekt auf die Fortsetzung der jeweiligen Geschichten haben können.

Thomas und Brown beschreiben in *A New Culture of Learning* eine ähnliche Situation anhand der Antwort eines Jungen, der *Minecraft* (2011) spielt und dort die erschaffenen Produkte seiner Mitspieler kommentiert, auf die Frage, was denn das Wichtigste bei diesem Spiel sei: »[T]he single most important thing was »not to be meank in your comments and to make sure that you commented on something good when you came across it, as well« (22).

Obwohl es hier um *Minecraft* geht, gelten die gleichen sozialen Regeln in der Welt der Fanfiction. Die Verfasser der Geschichten können nur auf die Anerkennung ihrer Leser hoffen, da sie weder bezahlt noch auf andere Weise für ihren Einsatz belohnt werden. Deshalb ist es wichtig, dass der kollektive Raum diese Möglichkeiten der Anerkennung gewährleistet und unterstützt, sei es mit Kudos oder durch Hinzufügen auf die Favoritenliste des jeweiligen Lesers.

Thomas und Brown beschreiben den kollektiven Raum von *Minecraft* als einen freien Raum, einen Raum, der zwar Strukturen und Begrenzungen hat, doch dessen Teilnehmer freiwillig an dem Schaffen von Produkten innerhalb des Raumes teilnehmen können: »Any effort to define or direct collectives would destroy the very thing that is unique and innovative about them« (54).

Das heißt, wird ein Kollektiv für eine bestimmte Absicht geschaffen oder als Zweckgemeinschaften gesehen, dann kann das Gleichgewicht zwischen Freiheit und Begrenzung, zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation, Freiwilligkeit und Verpflichtung, zerstört werden. Welche Konsequenzen diese Freiwilligkeit und dieses Fehlen einer bestimmten Absicht haben, wird im nächsten Abschnitt erläutert werden.

Vorher soll der digitale Raum der Fanfictionwebsites kurz zusammengefasst werden: Der unendliche Raum wird durch seine Nutzung sichtbar. In der temporären autonomen Zone werden Copy-

rightgesetze außer Kraft gesetzt, und die Teilnehmer entwickeln eigene Strukturen und eigene Formen der Zusammenarbeit. Dies schafft einen kollektiven Raum, in dem Gleichgesinnte zusammenarbeiten, miteinander erleben und einander unterstützen können. Es ist ein Raum des Lernens und Lehrens, um auf diese Weise die Kreativität des Einzelnen zu fördern und zu entfalten. Der Besuch des Raumes und die Teilnahme an der kreativen Entfaltung geschehen freiwillig.

Leidenschaft

Freiwilligkeit unterscheidet Fanfictionwebsites und Spielwelten wie *Minecraft* von eigentlichen Praxisgemeinschaften, wie sie beispielsweise Wenger beschreibt. Wenger (7f) setzt das Lernen in den Mittelpunkt der Praxisgemeinschaft, während Csikszentmihalyi (*Creativity* 313) die Kreativität als zentrales Merkmal einer Praxisgemeinschaft sieht. Wie schon oben gezeigt, ist Lernen und Lehren ein Teil der Kultur auf Fanfictionplattformen, und auch bei Csikszentmihalyi wird Lernen vorausgesetzt, um Kreativität zu ermöglichen.

Um Lernen im Sinne von Wenger zu ermöglichen, muss die Gemeinschaft, in der dieses Lernen stattfindet, eine aktive Teilnahme des Lernenden gestatten. Dies ist unter anderem durch die Möglichkeit der Interaktion, der Praxis, gegeben. Eine solche Praxis ergibt wiederum nur Sinn, wenn der Lernende den Sinn der Praxis selbst erkennt und dadurch seine Erfahrungen in den Lernprozess einbringen und neue Erfahrungen gewinnen kann. All diese Elemente spielen bei der Entwicklung der Identität des Lernenden eine Rolle. Mit anderen Worten ist das Zusammenspiel von Gemeinschaft, Praxis, Sinnggebung und Identität wichtig, um ein Lernen innerhalb einer Praxisgemeinschaft zu gewährleisten.

Unmittelbar können diese Punkte auch im Verhältnis zu Fanfictionwebsites und der Gemeinschaft innerhalb eines Fandoms zur Geltung kommen. Es gibt jedoch einen wichtigen Unterschied: Wengers Gemeinschaft entsteht nicht aus einer Leidenschaft für etwas. Sie entsteht durch eine äußere Motivation. So findet Wenger seine Praxisgemeinschaften in der Familie, in der Schule oder auf

dem Arbeitsplatz. Er beschreibt dagegen keine Gemeinschaft, die auf rein freiwilliger Basis entsteht.

Warum? Weil eine Praxisgemeinschaft einen bestimmten Zweck verfolgt: das Erlernen einer gewissen Praxis, das Erfüllen eines bestimmten Zieles. Alle Teilnehmer sind diesem Ziel in irgendeiner Weise verpflichtet und können sich dem nicht ohne weiteres entziehen. Dies steht im direkten Gegensatz zu der totalen Freiwilligkeit der Teilnahme am Erschaffen und Publizieren von Fanfiction. Jeder Teilnehmer kann völlig frei bestimmen, ob, wann und wie er teilnehmen möchte, ob er seine Arbeit zu Ende bringen wird oder nicht.

Allerdings unterscheidet sich die Leidenschaft darüber hinaus durch einen gefühlsmäßigen Einfluss, der durch die intrinsische Motivation erklärt werden kann (Amabile, Fisher 481). Csikszentmihalyi (*Flow* 67) spricht von der autotelischen Persönlichkeit, die sich selbst motiviert und selber Aufgaben erfindet, um uninteressante Arbeitsprozesse interessanter zu gestalten. Amabile und Pillemer (8) zeigen, dass extrinsische Motivation wie Überwachung, Bewertungen und Prüfungen negative Auswirkungen auf die Kreativität haben können. Csikszentmihaly wie auch Baumann (166) zeigen, dass die autotelische Persönlichkeit ihre Motivation in der Aufgabe selbst findet. Eine Fanfiction-Autorin schreibt Geschichten, um damit ihre schriftstellerischen Fähigkeiten zu verbessern oder weil es ihr Spaß macht. Sie schreibt nicht, um in erster Linie berühmt oder reich zu werden, obwohl dies auch ein kleiner Teil der intrinsischen Motivation sein kann (Amabile, Pillemer 4). Die Leidenschaft findet sich in der Person und der Aufgabe selbst – und Fanfictionwebsites geben dem Ausleben dieser Leidenschaft eine Möglichkeit.

Doch das Ausleben dieser Leidenschaft birgt gleich mehrere Gefahren in sich. Fanfiction besteht zu einem großen Teil aus (homo)erotischen Geschichten mit mehr oder weniger expliziten Sexszenen. Auf *AO3* zeigt eine kurze Suche (21. Juni 2014), dass M/M (Slash) mit 588.614 Geschichten an erster Stelle liegt, weit vor Gen (General Audience = keine Sexszenen, Freundschaft) mit 298.822 Geschichten auf dem zweiten Platz. Eine entsprechende Suche ist auf *FFnet* nicht möglich. Stichproben zeigen jedoch ein etwas anderes Bild. *FFnet* zeigt bei Suchanfragen nur Geschichten an, die für die Altersgruppen K bis T (Kinder bis 13+) freigegeben sind.

Die Auflistung von Geschichten mit der Altersempfehlung M (16+) kann bei Suchanfragen als Filter zusätzlich genutzt werden. Eine Suche unter diesen Parametern (vom 15. Juli 2014) zeigt, dass *Naruto* (Anime/Manga) 264.000 Geschichten der Kategorien K bis T hat und 86.900 der Kategorie M. Dies entspricht etwa 24 Prozent der gesamten *Naruto*-Geschichten auf *FFnet*. In etwa die gleiche Verteilung zeigt sich bei *Harry Potter* (Bücher) mit 19 Prozent sowie *Glee* (TV) mit 27 Prozent Geschichten der Kategorie M in den jeweiligen Fandoms. Obwohl die Verteilung auf *FFnet* merklich anders aussieht als auf *AO3* können doch etwa ein Fünftel bis ein Viertel der Geschichten der expliziten Kategorie zugeordnet werden.

Die Ausführungen zeigen, wo die Herausforderungen zwischen den Teilnehmern auf den Plattformen liegen und wie diese das Miteinander gestalten. Festnahmen von chinesischen Teenagern machen deutlich (Romano; Tang), dass das Schreiben von Fanfiction durchaus reelle Gefahren birgt. Busse und Hellekson (38) warnen ebenfalls vor dem, was sie als »worst fannish sin« bezeichnen: das »Outen« eines Fanfiction-Verfassers im Offline-Leben. Somit ist die Anonymität ein wichtiges Element des Fanfictionschreibens und Lesens.

boyd (*Real Names*) sowie Busse und Hellekson haben dieses Thema auf verschiedene Weisen untersucht. boyd sieht die Privatsphäre gefährdet und plädiert für die Möglichkeit der Anonymität oder Pseudonymität. Die Diskussion dreht sich bei boyd um die Möglichkeit, Personen zu bestrafen, wenn diese die sozialen Normen überschreiten:

Most social norms are regulated through incentive mechanisms, not punishment. Punishment – and, thus, the need to identify someone outside of the mediated context – is really a last-resort mechanism. The levers for accountability change by social context, but accountability is best when it's rooted in the exchange (boyd 30).

boyd konstatiert, dass gerade soziale Normen durch Anreize, nicht durch Strafe durchgeführt werden sollten. Wie schon Thomas und Brown gezeigt haben, kann Sozialisierung durch Anerkennung unterstützt werden. Ebenso machen Busse und Hellekson darauf aufmerksam, dass die Möglichkeit der Pseudonymität den Verfassern von Fanfiction eine größere Freiheit in der Entfaltung ihrer Geschichten gewährt.

Leidenschaft und das Ausleben derselben setzt somit eine gewisse Freiheit und die Möglichkeit der Anonymität voraus, muss aber auch mit Strukturen und klaren Zielen unterstützt werden (*Flow* 71f). Fanfictionwebsites gewährleisten einen freien Raum, in dem die Leidenschaft der Teilnehmer ihren Ausdruck finden kann. Der Beitrag der Teilnehmer selber ist somit a) eine innere Motivation, b) die eigene Zielsetzung und Intention, c) langfristige Ziele, d) die Identifizierung mit der selbst gegebenen Aufgabe, e) eine gefühlsmäßige Bindung und f) Anonymität oder Pseudonymität.

Diese inneren Voraussetzungen der Teilnehmer sind zusammen mit den Strukturen und Rahmenbedingungen der Fanfictionwebsites Grundlage für die Erschaffung neuer Geschichten, die im Verhältnis zu dem originalen »Tent-Pole« (Jensen, Vistisen) unendlich erscheinen können. Die Leidenschaft der Einzelnen ist somit eine der wichtigsten Voraussetzungen für die Erschaffung und Veröffentlichung von Fanfiction.

Kreativität und Fandom

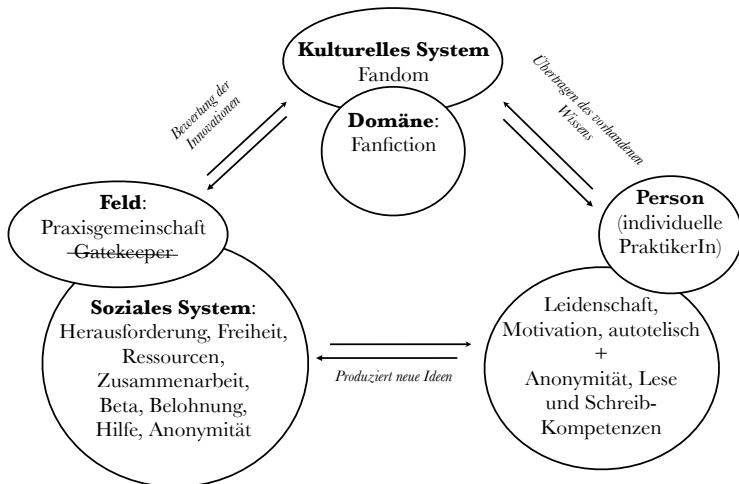


Abb. 2: Kreativität durch Fandom, eigene Bearbeitung nach Csikszentmihalyi (*Creativity* 313).

Die oben genannten Elemente des Raumes und der Leidenschaft führen nun zu einer Präzisierung von Csikszentmihalyis ursprünglichem Modell. Die Präzisierung findet unter anderem bei der »Person« statt. Hier sind bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen, um den Anforderungen eines Fanfiction-Verfassers zu genügen: die oben beschriebene Leidenschaft, die mit einer autotelischen Persönlichkeit einhergehen muss, um das Schreiben und die Veröffentlichung einer Fanfiction zu gewährleisten. Dabei spielt die innere, die intrinsische, Motivation, gegeben durch die Leidenschaft, eine außerordentliche Rolle.

In der Regel versuchen Kommentatoren von Fanfictions, die Verfasser zum Weiterschreiben oder sogar zum Ändern ihrer Geschichte zu bewegen. Das Resultat ist oftmals das Gegenteil: Der Verfasser verlässt seine Geschichte, weil er die innere Motivation durch den äußeren Druck verliert. Ebenso kann die innere Motivation verschwinden, wenn die Fanfictionwebsites zu viele Regeln aufstellen und somit die Veröffentlichung einer Geschichte zu kompliziert oder begrenzend gestalten, wie es Csikszentmihalyi mit dem Begriff der »Alienation« (*Flow* 86) beschrieben hat. Hier begrenzt das soziale System die Entfaltung der Person in einem Maße, dass es gegen die Zielsetzung des Einzelnen und im Endeffekt der Gesellschaft selbst geht.

Kompetenzen wie Lesen, Schreiben und eine gewisse Intelligenz (Amabile, Fisher 482) sind ebenfalls Voraussetzungen für die Kreativität, das Schreiben und Fertigstellen einer Geschichte. Gleichzeitig können diese Kompetenzen zusammen mit einem Grundwissen über das Internet und dem Besitz eines Computers mit Internetanschluss als Gatekeeper gesehen werden. Csikszentmihalyi hat den Gatekeeper als Teil des sozialen Feldes in seinem Modell gesetzt, da neue Ideen normalerweise anerkannt werden müssen, bevor sie veröffentlicht oder Teil der Domäne werden können.

Diese Form der Anerkennung ist im sozialen Feld der Fanfiction nicht vorhanden. Jeder Teilnehmer kann, wenn er die nötigen Kompetenzen hat, eigene Geschichten veröffentlichen. Hits, Kudos, Kommentare und Reviews sind nicht vom Namen und Bekanntheitsgrad des Verfassers abhängig, obwohl einige Verfasser durch ihre früheren Geschichten einen Vorteil auf diesem Gebiet haben

können. So gibt es sogenannte »Big Name Fans« (Driscoll 93), die in der Fangemeinde selbst Starstatus haben. Aber eine völlig unbekannte Verfasserin kann ohne weiteres ihre Geschichte veröffentlichen, ohne auf die Anerkennung durch bekannte Verfasser angewiesen zu sein. Die Leser finden sich, wenn sie die Geschichte interessant finden. Eine Suche auf *AO3* (15. Juli 2014; eine entsprechende Suche ist auf *FFnet* nicht möglich) zeigt, dass nur etwa 2,8 Prozent (33.191 von 1.201.115) der Geschichten weniger als 20 Hits zu vermerken haben.

Die Anonymität des Verfassers ist nicht nur Teil der Person, sondern auch Teil des sozialen Systems. Die Anonymität sichert den Einzelnen vor eventuellen Repressalien in der Offline-Welt (Busse, Hellekson 39) und ermöglicht außerdem das spurlose Verschwinden, wenn der Verfasser nicht länger Teilnehmer der Fanfictionwebsites sein möchte oder kann. Darüber hinaus ermöglicht die Anonymität eine größere Freiheit im Umgang mit den Inhalten der Geschichten. Die Verfasser können im sicheren Raum der Fanfictionwebsites Ideen ausprobieren und narrative Experimente wagen, die so anderswo nicht möglich wären. Somit kann das Experimentieren in der Online-Welt zu neuen Möglichkeiten in der Offline-Welt führen. Aus Fanfiction kann dann ein öffentlich publiziertes Buch werden.

Das soziale System einer Fanfictionwebsite gibt, wie erwähnt, die Möglichkeit einer Betaleserin, wodurch der Verfasser eine kritisch-konstruktive Hilfe bei der Ausarbeitung einer Geschichte erhält. Außerdem stellen Fanfiction-Verfasser sich typischerweise eigene Herausforderungen (siehe autotelische Persönlichkeit). Hier kann es sich um Begrenzungen beim Schreiben (zum Beispiel ein sogenanntes Drabble mit maximal 100 Worten) oder die Teilnahme an Wettbewerben und Auktionen handeln.

Freiheit ist durch die Möglichkeiten der Fanfictionwebsites selber gegeben oder eingeschränkt, sowie durch die Möglichkeit, weitere Ressourcen aus dem Internet heranzuziehen und beim Schreiben der Geschichte zu nutzen (zum Beispiel Cloud-Programme, die eine Zusammenarbeit mehrerer Verfasser ermöglichen und gleichzeitig weiterhin die Möglichkeit zur Anonymität bieten).

Die Belohnung eines Fanfiction-Verfassers findet wie erwähnt durch die Anerkennung seitens der Leser statt: Hits, Statistiken, Kudos, Favorites, Follows usw. Außerdem können Empfehlungen einer

Geschichte auf anderen Medien, wie *tumblr* oder *LiveJournal*, oder die Ausarbeitung von Fanworks zu einer gegebenen Geschichte als Belohnung und Anerkennung gewertet werden.

Das soziale Feld selbst stellt die Praxisgemeinschaft dar. Für Fanfictionwebsites gelten hier die Handlungsmöglichkeiten und das konkrete Verhalten der Teilnehmer: positive oder negative Reviews, Kudos oder Kommentare zu geben, anderen Verfassern oder Helfern offiziell zu danken oder andere Medien in das Geschriebene einzubeziehen. Wie wird eine Geschichte geschrieben? Inhaltsmäßig kann da bei einigen Fandoms eine gewisse Standardisierung vorkommen, obwohl ein Verfasser sich sehr weite Freiheiten nehmen kann, bevor ein *out-of-character* als das wohl schlimmste Urteil fallen würde (und dann auch nur, wenn dies nicht vom Verfasser markiert wurde).

Die Geschichten werden durch die Domäne mit Hits, Kommentaren usw. bewertet, es findet aber keine eigentliche Auslese statt, da sämtliche Geschichten auf den Plattformen ihren Bestand haben (vorausgesetzt sie werden nicht vom Verfasser selbst oder von den Betreibern der Homepages gelöscht).

Das kulturelle System des Fandoms sammelt nicht nur die Geschichten (typischerweise werden Geschichten nach dem Fandom, in dem sie geschrieben werden, auf den verschiedenen Websites archiviert), sondern in dem Fandom selber geschehen Diskussionen, werden sogenannte Metas geschrieben, wo andere Aspekte des Tent-Poles beschrieben, diskutiert und untersucht werden. Die Kultur eines Fandoms entwickelt sich über die Zeit, nicht nur durch neue Eindrücke, wenn neue Teile des Tent-Poles produziert und gezeigt werden, sondern auch durch das Fandom selbst weiter, wo neue Geschichten neue Ideen provozieren – wo neue Facetten der geliebten Charaktere zur Geltung kommen und vielleicht völlige neue Universen geschaffen werden, in denen sich die Charaktere und ihre Verfasser austoben können.

Mit der Leidenschaft als Grundlage

Fanfiction kann nur existieren, solange es Menschen gibt, die sich leidenschaftlich für ein Werk begeistern und dieser Begeisterung ihren eigenen Ausdruck verleihen möchten und können. Doch diese Begeisterung hat auch ihre Schattenseiten: die rechtlichen Probleme des Copyrights sind noch lange nicht gelöst. Der Versuch der OTW, Fanfiction zu legalisieren, ist erst der Anfang des Kampfes. Die Autoren bewegen sich damit in einer Grauzone, in der die Wahrung ihrer Anonymität nicht nur wegen des teilweise sexuellen Inhaltes der Geschichten wichtig ist.

Wie oben gezeigt wurde, sind Fanfictionwebsites einige der ältesten Sozialen Medien im Internet. Selbst Websites wie *FFnet* und *LiveJournal* entwickeln neue Möglichkeiten der Interaktion oder des Layouts für die Geschichten. Dennoch lassen sich gerade anhand von Fanfictionwebsites die grundlegenden ideologischen Unterschiede in der Handhabung der Benutzer abbilden: Freiheit wie bei *AO3* oder Zensur und Aufsicht wie bei *FFnet*. Beide haben ihre Berechtigung und gerade die Unterschiede zwischen diesen Plattformen zeigt die Vielfalt der Leser und Autoren. Es zeigt aber ebenfalls die Loyalität der Benutzer. *FFnet* ist weiterhin die größte Fanfictionwebsite des Internets. Die Regeln und Filter geben jungen oder neuen Fans die Möglichkeit, sich in der Welt des Fanfictions zurechtzufinden, bevor sie sich vielleicht auf neue Erlebnisse und Erfahrungen in dem freien, aber weniger sicheren *AO3* einlassen.

Doch nicht nur Sicherheit oder Freiheit sind von Bedeutung. Die Möglichkeit der Belohnung in Form von Reviews oder Kudos bedeutet vielen Autoren viel. Typische Aufforderungen am Ende eines Kapitels, ein Review, einen Kommentar oder doch wenigstens Kudos zu hinterlassen, sind eher die Regel als die Ausnahme.

Der Wunsch nach irgendeiner Form von Belohnung oder Anerkennung von Seiten der Autoren ist also vorhanden. Ist dies aber das Einzige, was die Autoren treibt, sich in eine Position potenzieller Verletzbarkeit zu begeben? Denn ein negativer Kommentar, ein negatives Review, verletzt selbst erfahrene Fanfiction-Autoren. Warum also diese Form der Selbstkasteiung? Wie oben beschrieben, werden die Autoren nicht von Ruhm oder dem Wunsch nach Reichtum ge-

trieben. Es sind zwei Formen der Leidenschaft: Zum einen die Liebe zu den Charakteren in der originalen Geschichte. Der Wunsch, die Geschichte fortzusetzen, eventuell ein anderes Ende zu beschreiben. Das ist Teil des Fandoms, des Fan-Seins. Die zweite Leidenschaft ist das Geschichtenerzählen. Der Wunsch, ja, der Trieb, ein besserer Autor zu werden. Sprachlich, in Bezug auf *plot*-Entwicklung, in der Beschreibung und Entwicklung der Charaktere. Hier manifestiert sich die autotelische Persönlichkeit, die sich selbst vorantreibt und immer wieder versucht, eigene Grenzen zu überschreiten.

Diese Begeisterung kann in vielen Fällen zur Entfaltung eines Talentes führen, das unter anderen Umständen niemals zur Geltung gekommen wäre. Durch einen sicheren Freiraum, in dem Fanfiction geschaffen und publiziert werden kann, können diese Menschen nicht nur ihren Fantasien freien Lauf lassen, sondern sie können gleichzeitig ihre eigenen Fähigkeiten entdecken und entwickeln, weil sie auf Gleichgesinnte in diesem Freiraum treffen. Vor diesem Hintergrund sollte vielleicht überlegt werden, inwiefern es eigentlich wünschenswert ist, Fanfictionwebsites in einen öffentlichen Raum für wissenschaftliche Untersuchungen zu verwandeln.

Literatur

- Adult. *Content-Guidelines*. <http://www.adult-fanfiction.org/html-index.php> (15. Jul. 2014).
- Amabile, Teresa. How to Kill Creativity. *Harvard Business Review* Sep. (1998): 77–87.
- Amabile, Teresa M. und Colin M. Fisher. Stimulate Creativity by Fueling Passion. *Blackwell Handbook of Principles of Organizational Behavior*. Ed. E. A. Locke, 481–498. London: Wiley-Blackwell, 2009.
- Amabile, Teresa M. und Julianna Pillemer. Perspectives on the Social Psychology of Creativity. *Journal of Creative Behavior* 46.1 (2012): 3–15.
- AO3. 2012 AO3 Milestones, 2012. http://archiveofourown.org/admin_posts/271 (15. Jul. 2014).
- AO3. From FF.net to AO3 – some frequently asked questions, 2012. http://archiveofourown.org/admin_posts/226 (15. Jul. 2014).
- Baumann, Nicola. Autotelic Personality. *Advances in Flow Research*. Ed. Stefan Engeser, 165–186. Heidelberg: Springer Science+Business Media, 2012.

- Bey, Hakim. T. A. Z. The Temporary Autonomous Zone, Ontological Anarchy, Poetic Terrorism, 1991. http://hermetic.com/bey/taz_cont.html (15. Jul. 2014).
- boyd, danah m. A Response to Christine Hine, 2008. <http://www.danah.org/papers/EthnoBoundaries.pdf> (15. Jul. 2014).
- boyd, danah m. und Nicole B. Ellison. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (2008): 210–230.
- boyd, danah. The Politics of »Real Names«: Power, Context, and Control in Networked Publics. *Communications of the ACM* 55.8 (2012): 29–31.
- Busse, Kristina und Karen Hellekson. Identity, Ethics, and Fan Privacy. *Fan Culture. Theory/Practice*. Eds. Katherine Larsen und Lynn Zubernis, 38–56. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2012.
- Coppa, Francesca. A Brief History of Media Fandom. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Eds. Karen Hellekson und Kristina Busse, 41–59. Jefferson: McFarland, 2006.
- Csikszentmihalyi, Mihalyi. *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper Perennial, 1990.
- Csikszentmihalyi, Mihalyi. A Systems Perspective on Creativity. *Handbook of Creativity*. Ed. R. Sternberg, 313–335. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- Driscoll, Catherine. The Romance of Pornography and the Pornography of Romance. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Eds. Karen Hellekson und Kristina Busse, 79–96. Jefferson: McFarland, 2006.
- FFnet. https://www.fanfiction.net/story/story_tab_guide.php (25. Mär. 2014).
- Green, Shoshanna, Cynthia Jenkins und Henry Jenkins. »Normal Female Interest in Men Bonking« – Selections from the Terra Nostra Underground and Strange Bedfellows. *Fans, Bloggers, and Gamers*. Ed. H. Jenkins, 61–88. New York/London: New York University Press, 2006.
- Harvey, Harry. La Vie Bohème – A History of Burning Man, 2000. http://www.burningman.com/whatisburningman/lectures/la_vie.html (15. Jul. 2014).
- Jensen, Thessa. Designing for relationship: Fan fiction sites on the Internet. *Theoretical and Applied Ethics*. Eds. Hannes Nykänen, Ole Preben Riis und Jörg Zeller, 241–255. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag, 2013.
- Jensen, Thessa und Peter Vistisen. Tent-Poles of the Bestseller. How Cross-media Storytelling can spin off a Mainstream Bestseller. *academic quarter* 7 (2013): 237–248.
- Lunenfeld, Peter. Unfinished Business. *The Digital Dialectic: New Essays on New Media*. Ed. P. Lunenfeld, 6–22. Cambridge: MIT Press, 2000.

- Mitchell, William J. Replacing Place. *The Digital Dialectic: New Essays on New Media*. Ed. P. Lunenfeld, 112–128. Cambridge: MIT Press, 2000.
- OTW. The Future of Fanworks Legal Q&A – Post 1, 2014. <http://transformativeworks.org/news/future-fanworks-legal-qa-post-1> (15. Jul. 2014).
- Romano, Aja. For young women in China, slash fanfiction is a dangerous hobby, 18. Apr. 2014. <http://www.dailydot.com/geek/in-china-20-people-women-arrested-for-writing-slash/> (15. Jul. 2014).
- Tang, Kevin. Inside China's Insane Witch Hunt for Slash Fiction Writers, 22. Apr. 2014. <http://www.buzzfeed.com/kevintang/inside-chinas-insane-witch-hunt-for-slash-fiction-writers> (15. Jul. 2014).
- Thomas, Douglas und John Seely Brown. *A New Culture of Learning. Cultivating the Imagination for a World of Constant Change*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2011.
- Wenger, Etienne. *Communities of Practice – Learning, Meaning, and Identity*. New York: Cambridge University Press, 1998.

Konsumkreativitäten der FanArt-Szene

Jutta Zaremba

Das Verb *consumo* lässt sich mit »verwenden«, »verbrauchen«, »wegnehmen« bis hin zum »Verschwenden«, »verschwinden« und »Vernichten« übersetzen. *Consumptio* bezeichnete den »Aufwand (etwas zu tun)«, aber auch »Verzehren«. (Jeggle zit. n. Guenther).

In den letzten Jahren ändert sich der vormalig vor allem mit Manipulationsvorwürfen eindeutig negativ besetzte Konsumdiskurs, was unter anderem auf die Erstarkung der Käufermacht und auf die *Do-it-yourself*-Bewegung zurückzuführen ist. Innerhalb der Fanforschung ist Konsum eine bislang wenig differenzierte Prämisse, gilt er doch als lapidare Grundvoraussetzung jeglichen Fanhandelns. Diese »Konsum-Selbstverständlichkeit« basiert auf verschiedenen Einflüssen: auf journalistischen Konsumismusvorwürfen gegenüber Fans und ihren Medienpraxen samt unterstellter Abhängigkeit, Kritik- und Einfallslosigkeit, Regression und ähnlichem ebenso wie auf Zweigen der Konsumforschung, die sich – nun unter positiven Vorzeichen – mit Vorlieben und Verhaltensweisen von Markenfans befassen (Schouten, McAlexander; Atkin). Ebenso gründet sich die »Konsum-Selbstverständlichkeit« auf einen nicht-wertenden, erweiterten Konsumbegriff, wie er sich in Cornel Sandvoss' Publikation *The Mirror of Consumption* findet, der eine Fandefinition auf der Basis von regelmäßiger emotionaler Konsumtion von Populärtexten erstellt: »Hence [...] I define fandom as the regular, emotionally consumption of a given popular narrative or text« (8).

An die Konsumsetzung von Sandvoss schließt als weiterer *common sense* der Fanforschung die Prämisse der Produktivität von Fans an: »Denn nicht nur, dass jeder Fan zunächst mit der Konsumtion des Objekts seiner Begierde befasst ist, wie produktiv er weiterhin damit auch verfahren mag« (Akremi, Hellmann 309). Fanproduktivität, bei

der Akte des Konsums mit widerständigen Lesarten kombiniert werden, ist spätestens von Jenkins in seinem Buch *Textual Poachers* im Rückgriff auf die von de Certeau (293) eingeführte Figur des nomadenhaften, nach eigenem Begehren in medialen Texten wildernden Lesers dezidiert beschrieben worden. Unter Bezugnahme auf Jenkins' Merkmale von Fanproduktivität erweitert Rainer Winter diese um »kreative Praxen« von Fans, die als Akte des Widerstands gegen vorherrschende Marktmechanismen betrachtet werden (Winter 48f).

Da FanArt aufgrund ihres künstlerisch-gestalterischen Fokus als kreative Fanszene gilt, die sich gleichzeitig stark am Konsum von medialen Figuren orientiert, soll sie im Folgenden exemplarisch auf aktuelle Entwicklungen von Konsum- und Kreativitätsdynamiken hin betrachtet werden: Welche Zusammenhänge lassen sich zwischen den als selbstverständlich gesetzten Bereichen von Konsum und Kreativität beobachten? Gibt es spezifische Konstellationen dieser Zusammenhänge in der FanArt-Szene? Inwiefern werden anhand aktueller FanArt-Praxen und -Inszenierungen etwaige Ausdifferenzierungen von Konsum- und Kreativitätssetzungen sichtbar?

FanArt und Portale

Fantum zu Literatur und Sport wird bereits im 19. Jahrhundert zum Massenphänomen (Schmidt-Lux), während FanArt als szenisch-gestalterische Ausdrucksformen zu medialen Figuren und Vorlagen erst Ende der 1930er Jahre im um sich greifenden Science-Fiction-Fantum ihre Öffentlichkeit herstellt: Tausende von Jugendlichen und Erwachsenen – Schüler, Studenten, Autoren, Künstler, Wissenschaftler – treffen sich seitdem auf bis heute immer noch jährlich (nicht nur) in den USA stattfindenden Worldcons, um zukunftsvisionäre Schriften zu diskutieren, sie zu reinszenieren (»maskerade«) und gestalterisch zu interpretieren (»art shows«) (*FanArt – Kreative Bastionen*).

Um die Jahrtausendwende ereignet sich im Kulturraum Internet eine wichtige Veränderung: Durch virulente Downloads von Musik, Videos und TV-Serien geschieht eine Verbreitung von asiatischen, vornehmlich japanischen Jugendszenen (zum Beispiel J-Music, Visual

Kei, Cosplay). Der als »J-Lifestyle« oder auch als »Cool Japan« apostrophierte Trend umfasst dabei eine riesige Bandbreite an japanischer Popkultur:

Japanische Comics, Trickfilme, Videospiele und ein sie begleitendes Merchandising reüssieren seit den 1990ern weltweit. In ihrer Gesamtheit werden die Produkte Made in Japan (häufig nur als »Ideen-Label«), die sowohl technisch (hard ware), inhaltlich (content) und/oder als innovatives Medienformat/Stilvorgabe/Modetrend in Erscheinung treten, mittlerweile als Produkte eines »J-Lifestyles« wahrgenommen. Zu den Repräsentationen und Ikonen des »J-Boom« zählen in erster Linie manga, anime, Videospiele, [...], J-Musik, J-Literatur (=J-bungaku), Sudoku, Sushi, Gothic Lolita (=cosplay), Hello Kitty, [...] Tamagotchi und die robopets. (Gebhardt).

Im Zuge dieses Japankults im europäischen Raum, der unter dem Stichwort »Japanimation« eine zunehmende Begeisterung junger Fans für Produkte der japanischen Populärkultur bezeichnet (Huelsmann), welche selbst wiederum ein Hybrid aus westlichen Einflüssen darstellt, entstehen szenespezifische FanArt-Portale im Internet. Diese auch in Deutschland zum Vorschein kommenden Online-Portale wie *Animexx*, *MangaCarta* oder *animeMANGA* offerieren umfangreiches Fanoutput und vernetzen die Szene, indem sie eine intensive Kommunikation unter Gleichgesinnten ermöglichen, die dazu nicht zur selben Zeit am selben Ort sein müssen. Anhand dieser Webportale ist es – zum ersten Mal in der Fangeschichte – auch Außenstehenden möglich, sich FanArt anzusehen, ohne deswegen zwingend Teil der Community zu sein oder einem einschlägigen Treffen beiwohnen zu müssen.

Die geteilte Begeisterung für japanische Popkultur basiert nicht zuletzt auf einer Alternative zu als arrogant empfundenen US-amerikanischen Popkulturdominanzen. Konkreter verheißt die Ausrichtung an japanischer Popkultur zum einen Möglichkeiten einer exotischen Selbststatisierung des Fan-Daseins und andererseits eine Orientierung an asienbasierten »pure pleasure products« (Bouissou) und »techno-animistischer« (Allison) Ästhetik.

Hinsichtlich ihres Begriffsverständnisses ist die FanArt-Szene wie jede dynamische Szene nicht auf eine Definition ausgerichtet, was genau unter »fanart« zu verstehen ist: Allgemein wird dies nicht be-

sonders thematisiert, und wenn doch, wird damit meist das Zeichnen, Malen oder Basteln von Fans zu bevorzugten medialen Figuren beschrieben. Ganz pragmatisch scheint »fanart« das zu sein, was auf offiziellen, anerkannten Portalen oder auch auf inoffiziellen, privaten Websites unter diesem Label veröffentlicht wird. Die von mir vorgenommene Schreibweise »FanArt« anstelle der gängigeren »fanart« soll bereits darauf hinweisen, dass es sich um meine akademische Sichtweise und Auslegung der Szene handelt. Nach der eingehenden Beschäftigung mit dieser Szene seit 2010 verstehe ich unter FanArt – im Unterschied zur literarisch ausgerichteten Fanfiction – grundsätzlich den bildnerischen, szenisch-gestalterischen Bereich von Fantum. Bislang lassen sich sieben Sektionen der FanArt ausmachen, die häufig Überlappungen untereinander sowie Überlagerungen von digitalen und analogen Praktiken aufweisen: Zeichnungen, Malereien, Basteleien, Rollenspiele, Fotos, Videos und Games. Das FanArt-Universum dreht sich vorwiegend um popkulturelle Figuren und Themen, vor allem zu Manga, Anime und Computerspielen, aber auch generell zu Comic, TV-Serien, Filmen oder auch zu Jugendszenen und Alltagswelten. Die FanArt-Szene setzt sich aus einschlägigen Portalen, ihren Nutzern und Betreibern, spezifischen Events wie Conventions (Mertens) sowie aus gestalterischen und kommunikativen Praxen der Fan-Artisten zusammen.

Das größte deutschsprachige FanArt-Portal ist *Animexx*, ein im Jahr 2000 durch *Sailor Moon*-Fans gegründeter, in München beheimateter Verein zur Förderung von Aktivitäten rund um Manga, Anime und japanische Popkultur. Es ist das bekannteste deutschsprachige Szeneportal, versammelt mittlerweile auf seinen Servern über eine Million FanArts, über fünf Millionen Cosplayfotos, über 10.000 Doujinshis (von Fans für Fans erstellte Onlinemangas) und über 100.000 Fanfictions. *Animexx* ist Ausrichter der Deutschen Cosplaymeisterschaft und offeriert einen Terminkalender zu regionalen und überregionalen Fantreffen, bei denen sich die mehr als 100.000 Mitglieder austauschen können, nachdem sie sich beispielsweise via Diskussionsforen und Weblogs vernetzt haben.

Das international bedeutsame Portal *deviantART* wurde ebenfalls im Jahr 2000 ins Leben gerufen und stellt eine von drei US-Amerikanern gegründete, kommerzielle Plattform für »user-made

artwork« dar. Mit Schwerpunkt auf Fotografie und Digital Art beherbergt es aktuell über 230 Millionen Arbeiten, die teilweise als Kunstdruck, Poster oder Postkarte käuflich zu erwerben sind. FanArt bildet eine eigene Kategorie mit mittlerweile über 1,8 Millionen Werken. Das Portal bietet seinen fast 30 Millionen registrierten Nutzern zudem die Möglichkeit, neue Unterkategorien zu allen Bereichen vorzuschlagen zu können.

Im Folgenden werden anhand von Inszenierungen auf den beiden oben genannten Portalen exemplarische Annäherungen im Sinne von Grundlagenforschung vorgenommen, um zu vorläufigen Thesen über Kreativitäts- und Konsumdiskurse bzw. -praxen in der FanArt-Szene zu gelangen.

Kunstnähe, (Selbst)Nobilitierung und Bilderverzehr

Bereits die Benennungen auf den Portalen verweisen auf Kunstzusammenhänge: *deviantART* (abweichende Kunst) betitelt sich als Plattform mit »user made artwork«, was ein Abweichen von offizieller (Hoch)Kunst nahe legt. Zudem wird unterschieden zwischen »scraps«, unfertig hochgeladenen Skizzen, und »stock«, das sind Fotos, die unter spezifischen Auflagen des Fotografen von Anderen als abgeleitete Arbeit (Mashup) verwendet werden dürfen. Zu den Benennungen gehören ebenso die Einteilungen in Kategorien und Stile, die von den Plattformen zu Zwecken der Zuordnung und Verschlagwortung aller FanArts erstellt werden. Bei *deviantART* stellt FanArt eine Kategorie unter 20 anderen wie Fotografie, Literatur, Film, Animation oder Design dar. Zur FanArt-Kategorie existieren über 730.000 Einträge, noch einmal so viel verteilen sich auf acht Unterkategorien, die teilweise von Mitgliedern vorgeschlagen wurden. Sie lauten »Anthro« (Mischwesen zwischen Mensch und Tier), »Cartoons & Comics«, »Digital Art«, »Fan Fiction«, »Manga & Anime«, »Skins« (sichtbare Oberfläche eines 3D Modells, die man ändern oder austauschen kann), »Traditional Art« (wozu bei *deviantART* analoge und digitale Zeichnungen sowie Malereien zählen) und »Wallpaper«.

Animexx wählt für seine FanArtisten den Begriff ›Zeichner‹, nach denen man auf der Startseite alphabetisch suchen kann und die darüber hinaus in der Rubrik ›Zeichner des Monats‹ dezidierte Hervorhebungen erfahren. Anders als bei *deviantART* befindet sich bei *Animexx* gleich auf der FanArt-Startseite die Rubrik ›Stil: Dort versammeln sich 27 sehr unterschiedliche, alphabetisch geordnete Begrifflichkeiten, hinter denen die jeweilige Anzahl von Arbeiten genannt ist. Konkret werden etablierte künstlerische Verfahren wie Aquarell, Collage, Gouache oder Skizze genannt, vor allem aber Materialien wie Acryl, Bleistift, Copic Marker, Kohle, Kugelschreiber oder auch sehr generalisierte Bezeichnungen wie ›Einfarbig‹ oder ›Farbe‹.

Absolut augenfällig auf beiden Portalen ist die gängige künstlerische Präsentationsform der Galerie. Während *deviantART* grundsätzlich einer visuellen Datenbank gleicht und unter dem kleinen Unterpunkt ›gallery‹ weitere Bilder eines Mitgliedes in individuellen ›gallery folders‹ offeriert, spricht *Animexx* bei jedem Einzelarchiv, in das ein Mitglied seine Arbeiten hochlädt, von einer ›Fanart-Galerie‹ und bietet Platz für spezielle ›Foto-Galerien‹ für den Cosplaybereich. Ohnehin ist die FanArt-Startseite von *Animexx* in deutlicher Anlehnung an die Präsentationsformen von Galerien inszeniert: Alle Arbeiten sind im Scroll-down-Modus zugänglich und gleichen so einer endlosen »Werkschau« der Hunderttausenden von Exponaten. Außerdem befinden sich auf der Startseite zwei galerieähnliche Bildleisten: Zum einen die Bildlaufleiste ›Aikos momentane Lieblingsbilder‹ (Aiko ist das Pseudonym der Portalbetreiber), in der im Wochenrhythmus nach Vorschlägen von Mitgliedern bislang ca. 3.000 Arbeiten herausgestellt werden. Zum anderen die seit 2007 existente Rubrik ›Zeichner des Monats‹, bei der mit bislang über 70 FanArtisten längere Interviews zu ihrem »Schaffen« geführt werden: Unter ausgewählten Arbeiten des jeweiligen FanArtisten begründen die Betreiber in der Regel zunächst ihre Entscheidung im Hinblick auf das gesamte »Oeuvre«, das vor allem unter kompositorischen Aspekten wie Vielfältigkeit, Farbharmonie, emotionaler Ausdruckskraft, Fantasie reichum, Licht- und Schattendramaturgie, Originalität, Atmosphäre usw. beleuchtet wird. Es folgt ein ausführliches Interview mit über 20 Fragen, die neben humorvollen Gags insbesondere

Schlüsselerlebnisse für das Zeichnen, die Entwicklung des eigenen Stils, Inspirationen, Kunstvorlieben, Talent oder Einflüsse auf die berufliche Ausrichtung betreffen. Bei den bisherigen Interviews zeigen sich einige Übereinstimmungen: Als Quellen der Inspiration werden häufig Musik, Comics, Filme, Computerspiele und Graffiti, ebenso aber Jugendstil, Surrealismus, Impressionismus und »Alte Meister« wie Rembrandt, Rubens oder Van Gogh genannt. Zudem sind es gestalterische Berufe wie Illustrator, Kommunikationsdesigner oder Comiczeichner, die angestrebt oder bereits ausgeübt werden. In den Interviews verbinden sich künstlerische Bewertungsmaßstäbe mit der publizistischen Form eines Künstlerporträts.

Somit fällt beim Blick auf die beiden Portale die explizite Betonung von Kunstnähe auf: Benennungen aus dem etablierten Kunstvokabular, Präsentationsformen mit deutlichen Galerieanleihen, Hervorhebungen im Sinne von Auszeichnungen und Interviews im Stil von Künstlerporträts laden die Arbeiten zu auratischen Werken künstlerischer Provenienz auf. Derartige Kreativitätsinszenierungen mit einer Nähe zu Hochkunst sollen eine sowohl interne als auch öffentliche (Selbst)Nobilitierung von FanArt bewirken, die sich mit Attributen der gesellschaftlich geschätzten Kunstsphäre versieht, da Fanszenen von Außenstehenden oftmals als naiv, stereotyp und einfallslos stigmatisiert werden. Kreativität wird als Eigenschaft von Personen bzw. Persönlichkeiten (Talent, Ausdrucksreichtum, Stil) sowie als Produkt (Werke, Stile, Techniken) inszeniert, um Vorbild und Anregung für alle Portalmitglieder und Interessierten darzustellen.

Hierbei formt sich die seit Ende des 18. Jahrhunderts vorangetriebene Mythologisierung des Künstlers, der via Einbildungskraft als genialer Schöpfer von einzigartigen Werken wirkt (*Vom Künstlermythos zur Normalisierung kreativer Prozesse*), in popkulturelle, serielle Vor- und Nach-Bilder um: In der FanArt-Szene gibt es Experten mit Vorbildfunktionen, deren Könnertum und Autorenschaft hoch anerkannt ist. Nicht zuletzt deshalb, weil sie jahrelang ihren konsumierenden Verzehr präferierter Sujets durch deren Imitation und Aneignung derart kanalisiert haben, dass sie ihren persönlichen »Stil« kreieren konnten.

Gleichzeitig werden häufig Exponate der Portalmitglieder sehr unhierarchisch und nahezu voraussetzungslos ausgestellt: Denn

konträr zur Hochkunst erhebt die Community keinen Anspruch auf fixe Deutungshoheiten ihrer zuvor im Sinne von Jeggler (siehe Eingangszitat) »verzehrten« Bildervorlagen. Anders als der Kunstbereich mit seinem strategischen Impetus von Exklusivität und Unerreichbarkeit, setzt FanArt sowohl beim »Bilderverzehr« als auch bei der Bilderpräsentation auf Transparenz ihres permanenten kreativen In- und Outputs. Ohnehin erfolgt der Verzehr des medialen Bildreservoirs auf parallelen Ebenen: auf der externen Ebene von vorgefertigten Medienofferten ebenso wie auf der internen Ebene der visuellen Interpretationsgemeinschaft untereinander.

Kanon, Anreize und ökonomischer Imperativ

Insbesondere auf *Animexx* sind zahlreiche Regeln für den konstruktiven Umgang miteinander und für die nähere Ausgestaltung von hochgeladenen FanArts zu finden. Dies soll für Orientierung auf dem riesigen Portal sorgen und den Betreibern die Arbeit des Präsentierens erleichtern. Auf *deviantART* entfällt dies gänzlich, da es sich ohnehin um kein reines FanArt-Portal handelt und sich dort vor allem eher Fortgeschrittene im internationalen Vergleich aufhalten.

Unter der Rubrik »Fanart-Regeln« geben die Portalbetreiber von *Animexx* generelle Hinweise, dass mindere technische Qualität, eine unsaubere Präsentation und zu wenig Eigenanteil bei der Ausführung zum Nicht-Hochladen einer Arbeit führt, die nochmal überarbeitet werden muss. Dementsprechend wird zwischen »erlaubt« und »nicht erlaubt« unterschieden: Zu dem mit bestimmten Auflagen verbundenen Erlaubten gehören beispielsweise eigene Arbeiten ab der Skizzenphase aufwärts, Abgezeichnetes, sofern die Quellen genannt werden, Basteleien, wenn sie zu Mangas und Animes entstanden sind oder reine Stillleben und Landschaften, wenn ein erheblicher Aufwand erkennbar ist. Zum Unerwünschten gehören wiederum sogenannter FanArt-Klau (das fälschliche Ausgeben einer schon bestehenden FanArt für die eigene), schlechte Ausführungen wie Kritzeleien, Zeichnen auf Karopapier usw., zu wenig Eigenleistung

wie beim Abpausen oder unkenntliche Abstraktionen und Einzelobjekte.

In dieser durchaus normierenden Vorgehensweise schafft *Ani-mexx* sowohl Konkretionen und Orientierungen an favorisierten Praxen als auch Ausschlüsse von unliebsamen gestalterischen Praxen. Das Portal lenkt somit von vornherein die dem popkulturellen Konsum folgende Quantität an Einreichungen durch ein von ihm definiertes Maß an vorwiegend handwerklich ausgerichteter Qualität.

Ein Special im Regelbereich ist außerdem die von mehreren Portalverantwortlichen unter dem FanArtist-Pseudonym »Fanart_of_Doom« verantwortete, konkrete Veranschaulichung von über 50 Negativbeispielen der häufigsten Fehler bzw. »don'ts« von FanArt-Ausführungen. Dies erfolgt sehr kenntnisreich, detailliert in Wort und Bild und auf humorvoll-kritische, teils auch arrogant-elaborierte Weise von leidgeprüften bzw. genervten Portalbetreibern. Die Nutzer quittieren dies mit zahlreichen Kommentaren, deren Tenor entweder zustimmend-amüsiert oder widersprechend-verärgert ist. Hier werden konfliktreiche Aushandlungen über (In)Toleranz, normative Setzungen und ästhetische Wertmaßstäbe zwischen Portalbetreibern und Nutzern sichtbar. Dieses gegenüber den zentral auf der Startseite auftauchenden Regeln viel verstecktere Vorgehen via dem Pseudonym »Fanart_of_Doom« gleicht einer Insider- bzw. Metakreativität, die Trivia der Szene anprangern und karikieren will. Damit entsteht einerseits eine szeneeinterne Referenz- und Reflexionsebene, welche die Qualität der quantitativen FanArt-Praxis steigern möchte, und andererseits eine durchaus engführende und in der Szene umstrittene Normierung und Hierarchisierung von Entwicklungsspielräumen.

Ebenso als Anreize für angewandte Fankreativität dienen Tutorials und Wettbewerbe, denen das Kriterium gemeinsam ist, dass sie eigens von Mitgliedern für andere Mitglieder erstellt sind. Wie ohnehin im Web 2.0 zahllos zu finden, gibt es gerade in der gestalterischen FanArt-Szene zahlreiche, von Mitgliedern angefertigte Tutorials. Diese Form des *self-learning* und der *self-education* (Freud & Leid) transportiert die Expertise von Fortgeschrittenen hin zu relativen Anfängern, die sich für Verbesserungen und wachsendes Know-how interessieren. Meist auf Nachfrage von Portalmitgliedern hin wird das eigene Können detailreich an die *learning community* weitergegeben, um

die persönlichen Lernerfahrungen inklusive Fehlern, Umwegen und Scheitern aufzuzeigen. Viel Zeit und Mühe werden investiert, um Wertschätzung für den eigenen Einfallsreichtum und die Gestaltungskraft zu bekommen und um daraus Ansprüche bzw. Erwartungen an die Anwender abzuleiten.

Bei *AnimeXX* findet sich im Hilfemenü die Rubrik ›Tutorials‹, wo sich aktuell fast 300, meist textbasierte Anleitungen zu gestalterischen (Zeichnen, Kolorieren) und szenischen (Cosplay) Ausdrucksformen finden. In schrittweisen, meist herunterladbaren Text/Bild-Erläuterungen werden häufig mit hohem Aufwand und großem Detailreichtum begehrte Tipps zu zentralen gestalterischen Fragen weitergereicht.

Bei der FanArt-Kategorie von *deviantART* sind über 40.000 Tutorials hochgeladen, die ihre Anliegen visuell vor allem mittels Flashanimation, Computergrafik und Comicstyle transportieren. In der Regel richten sich derartige Anleitungen an bereits versierte FanArtist:innen, wenn nicht gar offensichtlich wird, dass manche Tutorials vor allem als »Visitenkarte« des eigenen inszenatorischen Könnens fungieren und weniger der reinen Weitergabe von Kenntnissen dienen. Die in vielen Kommentaren geäußerte Dankbarkeit und Freude der Anwender über in ihren Augen äußerst gelungene Tutorials zeigen die ausdrückliche Erwünschtheit einer schrittweisen Erlernbarkeit von Fankreativität, die im Gegensatz zu den im Kunstfeld entwickelten, hochspezialisierten autonomen Praktiken mit ihrer Distanz zum Handwerk (*Vom Künstlermythos zur Normalisierung kreativer Prozesse*) stehen. Ganz explizit setzt die FanArt-Szene auf ein für jedes Mitglied erreichbares handwerkliches und gestalterisches Vermögen und insbesondere auf dessen Transparenz und Vermittlung.

Daher münden das Begehren nach kreativem Fanausdruck und der Antrieb zu dessen sukzessiver Perfektionierung in eine kollektive *self-education*: Der gegenseitige Austausch von Lösungswegen und der visuelle Ansporn zu gesteigerter Fanexpressivität geschieht enorm kommunikativ, verantwortungsvoll, konstruktiv und vernetzt. Die eigene Expertise wird demonstriert, geteilt und ausgebaut, was auch Feedback, Tipps und Alternativlösungen der Anwender umfasst. Settings wechselseitiger, durchaus anstrengender Lehr- und Lernprozesse bejahen aktive Konsumpraktiken der wiederholten Einübung,

Kommentierung und Bestärkung – Dissonanzen und Normierungen inbegriffen.

Großer Beliebtheit erfreuen sich auch unzählige Wettbewerbe, die sich auf *Animexx* aktuell auf über 400 belaufen und sich entweder alphabetisch oder nach Thema, Sprache oder Sektion suchen lassen. Das Portal hat ausführliche Vorgaben verfasst, die formale und inhaltliche Basics umfassen: So müssen Preise und Themen klar definiert sein – als Preis dient eine portalinterne Währung zur Einlösung kleiner Merchandisingartikel im Online-Shop. Bei *deviantART* existieren sowohl eine eigene »contest«-Kategorie, die alle Wettbewerbe seit der Portalgründung im Jahr 2000 listet, als auch über 400.000 Wettbewerbs-Deviations allein bei FanArt. Die höchst umfangreiche Bandbreite von gestalterischen Wettbewerben rund um popkulturelle Themen hat mehrere Beweggründe: So wollen Wettbewerbe beispielsweise Gleichgesinnte zur Visualisierung von persönlichen Vorlieben animieren und sich so möglichst breitgefächerte Anregungen holen, sie wollen das Sich-Miteinander-Messen und -Vergleichen im Rahmen von »shared fan values« stattfinden lassen, oder Wettbewerbsausrufende möchten die Rolle einer Jury einnehmen, die mit portalinternen Preisen und ausführlichen Kommentierungen belohnt.

Bei Wettbewerben geht es um spielerische und gleichzeitig kompetitive Akte der Initiierung, Anerkennung, Selektion und Evaluierung von Ausdrucksformen der eigenen Szene. Quasi als Selbstvergewisserung der szeneeigenen Kreativität, die sich aus den Quellen der dezidiert auf Vieldeutigkeit angelegten Popkultur speist, werden bei Wettbewerben punktuell subjektive Vermessungen des gestalterischen Gesamtvermögens an Ideen und Bildern vorgenommen.

Bei Kreativitätskanon und -Anreizen bezieht sich Kreativität vor allem auf Handlungen und Prozesse: Sie setzt auf Erlernbarkeit durch schrittweise Progression in Richtung Perfektionierung (Tutorials) sowie auf wechselseitige kompetitive Bewertungen und Anregungen (Wettbewerbe). FanArt umfasst somit Ambivalenzen von Kreativität: Sie bietet sich einerseits als Plattform für subjektive und kollektive Kreativwünsche und Kreativhandlungen von Fans an, und sie folgt andererseits ökonomisch verwertbaren Kreativimperativen. Nach dem Motto »du sollst/musst unentwegt kreativ sein!« im Sinne einer sozialen Erwartung, unter anderem in den Segmenten Kunst, Öko-

nomie und Massenmedien (*Erfindung der Kreativität*), greift dieser Kreativitätsimperativ zum Teil auch in der FanArt-Szene angesichts ihrer Ausrichtung auf sukzessive Professionalisierungsprozesse.

Genuine Transfers und Konsumzirkulationen

Deutlich über Kunstnähe und Kreativitätsanreize hinausgehen spezifische Inszenierungen der FanArt-Szene, wie sie in konkreten, »genuinen« Praxen und Ausdrucksformen zu finden sind (*JugendKunstOnline*). Exemplarisch hierfür seien *Paperchild*, *Oekaki* und *Collabs* erläutert.

Bei der Form *Paperchild* handelt es sich um kleine, selbsterstellte zweidimensionale Papierfiguren von Mangacharakteren, die vor Objekten im Realraum drapiert werden und in lustigen, bizarren oder erotischen Situationen erscheinen. Die Settings werden via Foto in Szene gesetzt, auf dem oft noch explizit die Hand des FanArtisten zu sehen ist, der mit der Papierfigur interagiert. Diese Inszenierungspraxis, kleine ausgeschnittene Papiermodelle zu fotografieren und im Netz hochzuladen, beginnt 2004 in Korea, als die Fotos einer Webillustratorin auf Blogs und Foren zirkulieren und schnell begeisterte Nachahmer finden. Im englischsprachigen Raum sind die ersten Papierfiguren 2006 auf *deviantART* zu finden, wo sich 2008 die Gruppe *Paper Children* mit vielen Fans formiert. Seitdem vervielfacht sich die Anzahl von Figuren und Websites dazu, so dass aktuell auf *deviantART* fast 22.000 und auf *Animexx* 170 Fotos existieren; auf letzterem findet sich *Paperchild* sogar als neuester »Stik« wieder.

Als weiteres Phänomen sind auf beiden Portalen in den letzten Jahren Zehntausende von *Oekaki* bzw. Schnellzeichnungen zu finden, die auf Webbrowsern basieren, in die ein Zeichenprogramm integriert ist. Das japanische Wort *Oekaki* steht für schnelles Zeichnen oder Skizzieren – ein japanischer Programmierer hatte ein Open Source-Zeichenprogramm entwickelt, um live zeichnen und die Arbeiten dann in Internetforen veröffentlichen zu können. Seitdem gibt es die Standardbezeichnungen *OekakiBBS* oder *Oekaki Board* für alle Arten von Online-Zeichentools. Per Maus, Grafiktablet oder Touchscreen erstellen Nutzer eines *Oekaki*-Forums mit ihrem Webbrowser,

in den ein Zeichenprogramm (als *Java*-Applet oder *ActiveX*) integriert ist, ihre Arbeiten. Es entstehen skizzenartige oder ausgearbeitete Zeichnungen, die meist niedrigauflösend, mitunter auch hochauflösend sind. Je nach *Oekaki* Software sind Uploads, das Speichern von Zeichnungen zur späteren Weiterbearbeitung oder auch ein animationsähnliches Mitverfolgen der Live-Zeichnungen möglich. So können mehrere Forumnutzer zusammen von verschiedenen Orten aus zeitgleich kleine Gemeinschaftszeichnungen produzieren. Grundsätzlich ist es ohne den Einsatz von Bildbearbeitungssoftware möglich, alleine oder gemeinsam FanArts zu erstellen und auszutauschen. Auf *Animexx* kommt bei den fast 10.000 *Oekakis* häufig das als Open Source freigegebene *ChibiPaint* als Zeichen-Tool zum Einsatz, und auf *deviantART* existieren fast 200.000 *Oekakis* in völlig unterschiedlichen Zeichentechniken.

In ähnlicher Weise fungieren *Collaborations* bzw. *Collabs*, bei denen es sich grundsätzlich um Arbeiten handelt, die von mehreren Personen sukzessive gemeinsam produziert werden. Meist liefert ein Fan-Artist eine Vorlage bzw. macht eine Offerte, inwiefern jemand an einer gemeinsamen Weiterbearbeitung interessiert ist. Danach entstehen entweder verschiedene Versionen desselben Themas auf demselben Bild, wie beispielsweise mehrere unterschiedliche Charaktere zum gleichen popkulturellen Sujet oder kollektive Weiterführungen der Vorlage, stets verbunden mit der Namensnennung aller Beteiligten. Bei *deviantART* finden sich allein in der FanArt-Kategorie aktuell fast 19.000 *Collabs*, die in temporärer, orts- und zeitunabhängiger Zusammenarbeit von Mitgliedern erstellt wurden. Bei diesen Kooperationen handelt es sich um vorübergehende kreative Allianzen, bei denen zum Beispiel Umsetzungen zu Skizzen, Linienführung, Koloration und ähnlichem ausgeführt werden. Diese Form des Zusammenarbeitens geschieht aus mehreren Gründen: unter anderem aus Spaß am Austausch mit bis dahin unbekannten Gleichgesinnten, wegen gegenseitigem praxisbezogenen (Kennen)Lernen, schnellerem gemeinsamen Vorankommen oder gegenseitigen Ideen Anregungen und Prozesserleben. Wie bei kollaborativen Prozessen üblich werden Know-how und Wertschöpfungen zwischen einzelnen Portalmitgliedern kommuniziert, um danach im kooperativen Modus begutachtet und ausgehandelt zu werden.

Diese genuinen FanArt-Praxen zeichnen sich durch zweierlei Transferprozesse aus: Zum einen ergeben sich neuartige visuelle Kombinationen durch eine Modifikation von zuvor intensiv und aktiv konsumierten popkulturellen Figuren und Sujets. Dies geschieht durchaus in Analogie zu den von Reckwitz genannten Normalisierungsstrategien von Kreativität, bei denen kreative Kompetenzen der Selektion und Kombinatorik von gegebenen Materialien und einzelnen Elementen zum Einsatz kommen. Für diese Neustrukturierungen des kreativen Prozesses ist eine gute Kenntnis des kulturellen Archivs Voraussetzung (*Vom Künstlermythos zur Normalisierung kreativer Prozesse*). Zum anderen ergeben sich Neuartigkeiten durch andere Formen der Zusammenarbeit von Mitgliedern (*Kollektive Kreativitäten*): Die Kooperation besteht aus einübenden und experimentierfreudigen Allianzen sowie aus zeitweiligen, freiwilligen kollaborativen Beziehungen. Gerahmt und befördert werden diese Kreativitäten durch ein vernetztes Szenekollektiv, das an einer verschwenderischen Vervielfältigung seiner fanbasierten Expertise interessiert ist.

Bei diesen Transfers bezieht sich Kreativität auf Relationen: Zunächst werden Bezüge zum präferierten (asia)popkulturellen Geschehen aktualisiert und ausagiert. Darüber hinaus fördern diverse Vernetzungsoptionen und Open Source-Tools temporäres gemeinsames Gestalten. FanArt basiert auf der kollektiven Kreativität von Interpretationsdynamiken, bei denen es zu permanenten wechselseitigen Einflüssen, Kommentierungen und Bildverweisen kommt. Bei diesen fortwährenden Bilderkreisläufen werden neuartige Ausdrucksformen schnell aufgegriffen, adaptiert und mitunter transformiert: Innovative Praxen werden mit- und untereinander ausgetestet, teilweise weiterentwickelt und gleichzeitig in bestehende Bezüge integriert. So sorgen die entstehenden Cluster aus Ähnlichkeiten, Anspielungen und Modifikationen für unentwegte visuelle und interpersonale Konsumzirkulationen innerhalb der gestalterischen Interpretationsgemeinschaften.

Creative Turn, Popcultural Consumption und Konsumkreativitäten

Die sich exemplarisch für die FanArt-Szene abzeichnenden Dynamiken von Kreativität und Konsum sind nicht zuletzt vor dem Hintergrund gegenwärtiger Entwicklungen von Interesse: Wie bereits beim ökonomischen Kreativitätsimperativ angeklungen ist, scheint längst ein *creative turn* im Gange zu sein, bei dem eine Überlagerung stattfindet zwischen dem subjektiven Wunsch eines Individuums, kreativ sein zu wollen, und dem wachsenden gesamtgesellschaftlichen Zwang, (jederzeit) kreativ sein zu müssen.

Spätestens seit den letzten zehn Jahren ist ein *creative turn* zu beobachten, bei dem ein individueller Kreativitätswunsch mehr und mehr überlagert wird durch einen gesamtgesellschaftlichen Kreativitätszwang in Arbeit, Konsum und Lebensführung. So boomen die sogenannte Kreativwirtschaft bzw. die *creative industries* rund um Musik, Film, Games, Design und Werbung als ein vielbeachteter Wirtschaftssektor, in dem innovative Ideen sowie kulturelle/kreative Güter und Dienstleistungen produziert, medial verbreitet und verkauft werden. Auch in vielen Jobbeschreibungen setzt das Anforderungsprofil auf Kreativität im Sinne von Flexibilität, Einfallsreichtum, Workflow und divergentem Denken. Schließlich basieren auch zahlreiche »ko-kreative« Entwicklungen wie die *Do-it-yourself*-Bewegung oder das Social Web dezidiert auf der ständig lancierten Prämisse »be creative!«. Die gleichermaßen Kunstnähe und popkulturelle Eigendynamiken signalisierende FanArt-Szene bewegt sich hierbei spielerisch zwischen den Polen von Emotion, Einfallsreichtum und Expressivität einerseits und kreativer Verwertungslogik samt Ambitionen und Professionalisierungsbestrebungen andererseits. Daher trifft das von Nancy Baym und Robert Burnett hinsichtlich musikalischer Fankulturen verwendete Oxymoron »amateur experts« ebenfalls auf die FanArt-Szene zu, die im Spannungsfeld zwischen kreativen Ermächtigungen, Konsumangeboten und Marktmechanismen agiert.

Als Parallele dazu findet sich auch in der Kunstbewegung der *Appropriation Art* die Kombination von Kunst, Popkultur und Imitation/Kopie: So fertigt Elaine Sturtevant bereits 1965 mehrere Kopien der Arbeiten von Pop Art-Vertretern wie Jasper Johns und Andy

Warhol an, indem sie – mit deren Einverständnis – Formate, Techniken und Motive imitiert und die entstandenen Bilder lediglich mit ihrer eigenen Signatur versieht. 1977 stellt der Kunstkritiker Douglas Crimp fünf Künstler aus, die in der Kunstwelt bekannte Bilder, sogenannte »recognizable images«, kopieren. 1980 fotografiert Sherry Levine diverse Kunstreproduktionen aus Büchern und Postkarten ab und erstellt – in der Größe der Reproduktionen – Aquarelle und Zeichnungen, die sie mit dem Titel *After...* versieht. Appropriation Art wird seither als »kritisch-subversive Position, als Mittel der Dekonstruktion des modernen Mythos des Originals und des autonomen, selbstreferentiellen Kunstwerks sowie als Kritik an der Kommerzialisierung von Kunst« (Zuschlag 128) angesehen. Demgegenüber stellen die Aneignungen der FanArt keinerlei strategischen Positionierungen gegenüber Beliebigkeiten oder Kommerzanreizen aktueller Kunst bzw. Medienprodukten dar. Sie entspringen vielmehr einer affirmativen und konventionellen Haltung gegenüber (etablierter) Kunst und Konsum, gepaart mit großer Lust an Nachahmungen, Abgleichungen und Variationen. Hinter FanArt-Aktivitäten stehen keine programmatisch-intellektuellen Hinterfragungen von Autor-schaft, Original oder Intertextualität, sondern das Einbringen von Emotion und Expertise auf kunsthandwerklicher und medialer Basis. Interessanterweise nähern sich beide Szenen wieder an, wenn man folgende Aussage der Künstlerin Elaine Sturtevant betrachtet: »Ich spreche über Macht und Autonomie des Originals und die Kraft und Dominanz von Kunst. Meine Absichten sind: unsere gegenwärtige Vorstellung von Ästhetik zu erweitern und zu entwickeln, Originalität zu erforschen und die Beziehung von Original zu Originalität zu erkunden und Raum für neues Denken zu eröffnen. Die als Quellen benutzten Werke werden nur als Katalysatoren verwendet« (133). Diese Erläuterungen zu eigenen Kreativitätsabsichten besitzen Parallelen zu FanArt-Erkundungen: So überlassen sich FanArtisten der Wirkung präferierter medialer »Originale«, bewegen sich zwischen Formen von Hommage und (szene)originären Entwicklungen und nutzen mediale Vorlagen als Ressourcen bzw. »Quellcode« für weitere Kreationen.

Als damit verbundene Entwicklung geschieht zunehmend eine Art von *cultural consumption* durch umfassende Kulturalisierungspro-

zesse hinsichtlich Konsum: Hierbei fungiert Konsum als zentrale Kulturtechnik und Produktivkraft, die sich beispielsweise in der Konsumästhetik von Objekten, in Konsum als Kunstform wie bei den Szenen Hipster und Fashion Blogger oder in einer sich angesichts sozialer Netzwerke und *Do-it-yourself*-Bewegung global immer weiter ausdehnenden *prosumer culture* (Toffler) ausdrückt. Bei der FanArt-Szene entwickelt sich analog dazu eine *popcultural consumption*, die nicht nur gestalterische und kommunikative Handlungs(spiel)räume auslöst, sondern ihre eigenen Praxen von Konsumkreativitäten kollektiv generiert und öffentlich zelebriert.

Angesichts dieser Entwicklungen zeichnen sich mehrere Verschiebungen der als Widerstand gegenüber vorgefertigten Medientexten betrachteten Praxen von Jenkins' »textuellem Wildern« und Winters »kreativer Aneignung« ab – hin zu Dynamiken, die sich an der Vielfalt der originären Wortbedeutungen von Konsum anlehnen, wie sie im Eingangszitat von Jeggles zum Ausdruck kommen. Dementsprechend werden zahlreiche Dynamiken von rein als widerständig angesehener Produktivität hin zu diversen Konsumkreativitäten der FanArt-Szene sichtbar: So zeigt sich längst eine mittlerweile selbstverständliche Verwendung bzw. ein Verbrauch der Polysemie von medialen Vorlagen. Dies wird evident in einem affirmativen popkulturellen Handling, das eine gleichermaßen spielerische wie ökonomisch orientierte Kulturpraxis darstellt. Damit korrespondierend ist ein dezidiertes Verschwinden von Eindeutigkeiten zu beobachten, sowohl auf der Fanebene angesichts der wachsenden Ambivalenz von Kreativitätswunsch und -zwang, als auch auf der medialen Angebotsebene, die innerhalb der heute existenten Konvergenzkultur bereits strategisch auf vieldeutige Leerstellen hin angelegt ist (Deterding). Auf der Basis des offensiven Verschwendens von Emotionen, Zeit, Geld und Arbeit entwickelt sich ein (Aus)Tausch als freiwillige, hedonistische, gemeinschaftliche und kommunikative Zelebrierung von Medienressourcen und Fanpraxen.

Begleitet ist dies von einem – mitunter taktischen – Vernichten von originärem Copyright und ökonomischen Urheberrechten. Stattdessen entwickelt sich ein sowohl individueller als auch kollektiver Verzehr von Medienofferten durch exzessive Akte der Wiederholung, Imitation und Variation. Letztendlich resultiert dies alles in

einer fanspezifischen »Rekreativität« (Rauterberg) als dem kunstvollen, anspielungsreichen und programmatischen Remix, Recycling und Reenactment von szenerelevanten Kultkonstellationen – inklusive der legitimen Fanoption, nach Konsum wahlweise nicht kreativ sein zu müssen.

Literatur

- Akreml, Leila und Kai-Uwe Hellmann. Fans und Konsum. *Fans: Soziologische Perspektiven*. Eds. Jochen Roose et al, 309–332. Wiesbaden: Springer, 2010.
- Allison, Anne. The Japan Fad in Global Youth Culture and Millennial Capitalism. *Mechademia 1: Emerging Worlds of Anime and Manga* (2006): 11–21.
- Atkin, Douglas. *The Culting of Brands: When Customers Become True Believers*. London: Portfolio, 2004.
- Baym, Nancy und Robert Burnett. Amateur Experts: International Fan Labor in Swedish Independent Music. *International Journal of Cultural Studies* 12.5 (2009), 433–449.
- Bouissou, Jean-Marie. Japans Growing Cultural Power: The Example of Manga in France. *Reading Manga: Local and Global Perceptions of Japanese Comics*. Eds. Jaqueline Berndt und Steffi Richter, 149–165. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, 2006.
- Certeau, Michel de. *Die Kunst des Handelns*. Berlin: Merve, 1988.
- Deterding, Sebastian. Henry Jenkins: Textuelles Wildern und Konvergenzkultur. *Schlüsselwerke der Cultural Studies*. Eds. Andreas Hepp et al, 235–246. Wiesbaden: VS, 2009.
- Gebhardt, Lisette. »Cool Japan« – Entstehung, Wirkung und Analyse eines Phänomens, 26. Feb. 2010. http://www.japanologie.uni-frankfurt.de/_Dateien/_Texte/cool_japan/cj_seite1.html (13. Jul. 2014).
- Guenther, Tina. Die Ökonomie des Konsums – der Konsum in der Ökonomie, 16. Okt. 2009. <http://sozlog.wordpress.com/2009/11/16/die-okonomie-des-konsums-der-konsum-in-der-okonomie/> (13. Jun. 2014).
- Huelsmann, Katharina. Symposium: Vom Japonismus zur Japanimation, 11. Mai 2011. <http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/oasien/blog/?p=8488> (13. Jul. 2014).
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.

- Mertens, Eva. *Mebr als »nur« die Fans: Community, Conventions, Wettbewerbe und Internetplattformen. Die Manga- und Animeszene stellt sich vor*. Bd.1. Hamburg: Diplomica, 2012.
- Rauterberg, Hanno. Schöner klauen, 25. Jan. 2013. <http://www.zeit.de/2013/04/Kunst-Kuenstler-Digitales-Zeitalter> (13. Jul. 2014).
- Reckwitz, Andreas. Vom Künstlermythos zur Normalisierung kreativer Prozesse: Der Beitrag des Kunstfeldes zur Genese des Kreativsubjekts. *Kreation und Depression: Freiheit im gegenwärtigen Kapitalismus*. Eds. Christoph Menke und Juliane Rebentisch, 98–117. Berlin: Kadmos, 2012.
- Reckwitz, Andreas. *Die Erfindung der Kreativität*. Berlin: Suhrkamp, 2013.
- Sandvoss, Cornel. *Fans: The Mirror of Consumption*. Cambridge: Polity, 2005.
- Schmidt-Lux, Thomas. Geschichte der Fans. *Fans: Soziologische Perspektiven*. Eds. Jochen Roose et al, 47–68. Wiesbaden: Springer, 2010.
- Schouten, John W. und James H. McAlexander. Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers. *Journal of Consumer Research* 22.1 (1995): 43–61.
- Sturtevant, Elaine. Die gleitenden Parameter der Originalität. *Original: Symposium Salzburger Kunstverein*, 130–137. Ostfildern: Hatje-Cantz, 1995.
- Toffler, Alvin. *The Third Wave*. New York: Bantam Books, 1980.
- Winter, Rainer. Medien und Fans – Zur Konstitution von Fan-Kulturen. *Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*. Ed. SPoKK, 40–53. Mannheim: Bollmann, 1997.
- Zaremba, Jutta. FanArt – kreative Bastionen jugendlichen Fantums im Internet. *Intercool 3.0. Ein Kompendium zur aktuellen Jugendkulturforschung*. Eds. Birgit Richard und Heinz-Hermann Krüger, 347–357. München: Fink, 2010.
- Zaremba, Jutta. Freud & Leid des Selbstlernens. *bedo/art/scenes: Hedonismus in Kunst und Jugendszenen*. Ed. Jutta Zaremba, 187–198. München: kopaed, 2013.
- Zaremba, Jutta. Zu den Künsten einer JugendKunstOnline: FanArt. *Digitale Jugendkulturen*. Ed. Kai-Uwe Hugger, 105–122. Wiesbaden: Springer VS, 2013.
- Zaremba, Jutta. Kollektive Kreativitäten der FanArt-Szene. *What's Next? Art Education*. Eds. Torsten Meyer et al. Berlin: Kadmos, erscheint 2014.
- Zuschlag, Christian. »Die Kopie ist das Original – Über Appropriation Art. Déjà-vu? Die Kunst der Wiederholung von Dürer bis YouTube. Ed. Ariane Mensger, 126–135. Bielefeld: Kerber, 2012.

Und dann kamen die Generationen! Generationen in heutigen Medienfanszenen am Beispiel der deutschen Manga- und Animeszene

Christine Schulz & Eva Mertens

Der folgende Artikel widmet sich der deutschen Manga- und Animeszene und soll die Bildung von Generationen und die damit einhergehende Veränderung in den Altersstrukturen erörtern. Auf eine Vorstellung der Szene folgt die Beschreibung unserer im Rahmen des *Generationen-Projekts* – einer Studie des *Ani-Ma-Projekts* – durchgeführten Erhebung. Anhand der vorgestellten Daten sollen die sich verändernden Altersstrukturen und Zugangszeiten der Fanggemeinschaft (Community) erklärt und daran die Anzeichen einer Bildung von Generationen aufgezeigt werden. Es wird untersucht, ob sich eine Generationenbildung nachweisen lässt und ob die deutsche Manga- und Animeszene in der Lage ist, sich von einer reinen Jugendszene zu einer Szene mit komplexen Alters- und Generationenstrukturen zu entwickeln. Eine Charakteristik der verschiedenen Generationen wäre sehr umfangreich, weshalb der folgende Text sich ausschließlich einer Herleitung der Generationen widmen kann. Diese erfolgt anhand von Altersstruktur und Zugangszeiten und soll in der Frage münden, ob in diesem Zusammenhang der Begriff der Jugendszene (Hitzler, Niederbacher 15–16, 45–53; Cwielong 195–208) überhaupt noch gültig ist.

Ausgangslage

Als der TV-Sender ZDF im Jahr 1995 die erste Folge der japanischen Zeichentrickserie *Sailor Moon* (CA/JP 1995–2000) ausstrahlte, war, aufgrund vorangegangener Rezeptionserfahrungen (*Mehr als »nur« die Fans* 37–38), in keiner Weise absehbar, dass sich um diese Serie oder auch um die japanischen Comics (Manga) und Zeichentrickfilme (Anime) an sich eine rege Fangemeinschaft entwickeln würde (*Mehr als »nur« die Fans* 27–30; Zank 144–155). Die deutsche Manga- und Animeszene selbst geht sogar noch weiter zurück als das. Ihre Anfänge lagen in einer kleinen Gruppe von Manga- und Animefans, die sich Ende der 1980er Jahre von der Japanszene emanzipierten, indem sie begannen, eigene Strukturen (Räume und Verbindungen für Interaktion) für ihr Fandom¹ aufzubauen (*Mehr als »nur« die Fans* 20–27). Innerhalb von nunmehr fast 25 Jahren haben sich diverse Plattformen mit eigenen Strukturen gegründet, die den Mitgliedern der Szene unterschiedliche Möglichkeiten der Kommunikation, Informationsbeschaffung oder Verbreitung von Fantexten ermöglichen. So entstand die heutige Szene als ein Konstrukt bestehend aus der Fangemeinschaft und den sie umgebenden und innewohnenden Strukturen. Dabei stellt der Verein *Animexx e.V.* mit rund 100.000 Forenmitgliedern die größte »Virtuelle Community« (Winkler, Mandl 3–14) der Szene dar. Bedingt durch die breite räumliche Streuung der Gruppe, nutzen viele Manga- und Animefans das Internet als Kommunikationsmedium. In digitalen Netzwerken und virtuellen Räumen beantworten sie Fragen zum Fanobjekt, vermitteln Informationen oder teilen Inhalte wie Fanfiction, Fan-Musikvideos oder Fanart. Diese Handhabe ist mit Sicherheit kein Alleinstellungsmerkmal der beschriebenen Gruppe. Vielmehr entspricht sie der gängigen Fanpraxis (Jenkins 153–177, 223–229; Krischke-Ramaswamy 40–41, 78–80). Relevant ist hier allerdings die Rolle, die digitale Medien, sprich das Internet und seine unterschiedlichen Kommunikationsmittel (beispielsweise Smartphone, Computer, Spielekonsole oder Tablet), für die Fanpraxis spielen. Wie schon Prensky in seinen Überlegungen zu

1 Fandom beschreibt das Fan-Sein an sich und umfasst den Interessensgegenstand, Fanpraxen, das Darstellen des Fan-Seins sowie die mögliche Aktivität in der Community (Fangemeinschaft).

den »Digital Natives« (1) darlegte, ist es für Jugendliche und junge Erwachsene der westlichen Kultur völlige Normalität mittels Internet zu kommunizieren und dafür unterschiedliche Instrumente zu nutzen. Die Ergebnisse der 2013 erhobenen *JIM*-Studie (eine jährlich erhobene Studie zur Mediennutzung Jugendlicher zwischen zwölf und 19 Jahren) zeigten auf, dass 98 Prozent der befragten deutschen Haushalte über einen Internetzugang und alle über einen Computer verfügten (mpfs 6). Hiervon nutzten 88 Prozent der Jugendlichen den eigenen Computer oder Laptop mit eigenem Internetzugang (mpfs 6, 8). 76 Prozent aller Befragten waren mindestens regelmäßige Nutzer von Sozialen Netzwerken (mpfs 34). Nach Jan Schriever gehört damit der Umgang mit dem Computer und dem Internet zu den entscheidenden Kulturtechniken im Prozess der ubiquitären Mediensozialisation (201–218). Da es sich bei der Manga- und Animeszene um eine Szene mit starkem Medienbezug handelt, deren Mitglieder vorrangig über virtuelle Plattformen und mittels digitaler Kommunikationstechniken interagieren, muss der Aspekt der omni-präsenten digitalen Medien für die Community der Manga- und Animefans als wesentlicher Punkt herausgestellt werden. Medien verschiedener Sektoren, wie beispielsweise Fernsehen, Internet und Buch, werden miteinander kombiniert und im Sinne des Fandoms verwendet.

Die Manga- und Animeszene bildet sich, wie jede Szene, um einen bestimmten Interessensgegenstand. Dieser kann eine politische Einstellung, eine Ideologie, Interessensgebiete oder bestimmte modische, sportive, künstlerische oder musikalische Vorlieben umfassen (Hitzler, Niederbacher 16, 17). Für Fanszenen gehen wir davon aus, dass der Interessensgegenstand einem rezipierbaren kulturellen Objekt (Sport, TV-Serien, Buch, Musik, Videospiele etc.) entstammt (Jenkins 1, 16; Fiske 32; Kriskche-Ramaswamy 34–36). Im Falle der Manga- und Animefans, wären dies Manga, Anime und dem Stil entsprechende Spiele. Der Manga, als japanischer Comic, und der Anime als japanischer Zeichentrickfilm, unterscheiden sich unter anderem in ihrer Erzählstruktur und in ihrem Stil stark von ihren westlichen Pendanten (Vollbrecht 24–32). Auch japanische Videospiele wie *Final Fantasy* (seit 1987), die zusammen mit Sammelkarten (zum Beispiel *Pokémon*) eine nicht zu vernachlässigende Fangemeinschaft in der

Szene haben, zeichnen sich durch die dem Manga und Anime eigenen Elemente aus.

Wie bereits erwähnt, gab es die Manga- und Animeszene bereits in den 1980er Jahren, damals allerdings noch als eine Untergruppe der Japanszene. Zu Beginn der 1990er Jahre entstand mit dem *Anime no Tomodachi* (Freunde des Anime) der erste Verein und auch die erste Kommunikationsplattform. Sie bildete den Grundstein für die Loslösung von der Japanszene und für das Entstehen einer eigenen. Erst ab 1997 und mit der wiederholten Ausstrahlung der Animeserie *Sailor Moon*, diesmal auf RTL II, konnte die heutige Szene entstehen. Die TV-Erfolge, mit hohen Einschaltquoten, brachten eine große Anzahl vornehmlich weiblicher Kinder und Jugendlicher in diesen zuvor männlich dominierten Bereich (*Mehr als »nur« die Fans* 32–34). Mit der Eigendynamik eines Massenphänomens veränderte sich die Szene stark. Seitdem folgt Fangeneration auf Fangeneration. Jede begegnet unterschiedlichen Rahmenbedingungen, die wiederum großen Einfluss auf die Zugänge, Denkmuster, Erwartungen, Wissenshorizonte und Wünsche an ihr Fan-Sein und die Szene implizieren. Die folgende Betrachtung wird sich nur mit der allgemeinen Herleitung einer Generationenbildung befassen und auf die Beschreibung der einzelnen Generationen verzichten. Jedoch findet sich bei Mertens (*Mehr als »nur« die Fans* 20–32) eine Charakterisierung der Generationen und ihrer Zugangswege.

Forschungsstand

Die wissenschaftliche Einbettung des vorliegenden Textes steht unter dem Aspekt der Szeneforschung um Hitzler und Niederbacher. Ihre Theorie zu posttraditionalen Vergemeinschaftungsformen (13–15, 189–196) und die Beschreibungen des Szenebegriffs (15–26, 183–189) prägten die Denkrichtung und Denkmuster der deutschen Szeneforschung (Krischke-Ramaswamy 54–65; Lauenburg 27–30). Im wissenschaftlichen Diskurs unterliegt der Szenebegriff immer dem Jugendkulturaspekt (Baake 144–147, 162–163; Müller-Bachmann 137–146; Ferchhoff 174–234) und wird damit auch einer verlängerten

Jugendphase (Ferchhoff 95–97) beziehungsweise dem juvenilen Szenegänger (Hitzler, Niederbacher 21) zugeschrieben. Diese Sichtweise soll in der folgenden Argumentation zur Diskussion stehen. Dabei dienen Winkler und Mandls Charakteristika zu Virtuellen Communities (3–14) sowie die Arbeit von Krischke-Ramaswamy (275–299) zur Unterstützung unserer These, dass Fanszenen mit ihren weitreichenden Altersstrukturen und Generationen nicht länger als jugendkulturelle Gemeinschaften gesehen werden können. Die Arbeiten von Mertens (*Mehr als »nur« die Fans*; *Mehr als »nur« Manga und Anime*) befassen sich mit den Strukturen der Szene und ihren Plattformen und bieten eine Studie über deren Zusammensetzung an. Auf diese werden sich einige der Aussagen beziehen. Der Text greift in seiner Argumentation auch auf die internationale Fanforschung von Jenkins, Hills und Fiske zurück.

Methodik

Die quantitative Erhebung von Mertens aus dem Jahr 2009 ließ Rückschlüsse auf unterschiedliche Zugangszeiten der Mitglieder und sich daraus ergebende Generationen zu (*Mehr als »nur« die Fans* 20–32). Da sich 2009 ein großer Anteil (63,4 Prozent)² der Szene im Alter zwischen 16 und 21 Jahren befand, ging die Studie von einer Jugendszene aus. Qualitative Erhebungen (noch nicht veröffentlicht) von Mertens und Schulz ließen darauf schließen, dass sich die Altersstruktur der Szene verändert hat. Dies ergab sich daraus, dass die Teilnehmer der Studien häufig über lange Mitgliedschaften verfügten. In diesem Zusammenhang entstand eine quantitative Studie. Die Fragestellung war, welches Alter die Mitglieder der Szene haben, in welcher Lebensphase (Schüler, Student/Azubi oder bereits abgeschlossene Ausbildung/abgeschlossenes Studium) sie sich befinden und zu welchem Zeitpunkt, mit welchen Zugängen sie zum Fandom und zur Community fanden. Um einen besseren Eindruck über die

² Die Angabe entstammt bisher unveröffentlichter Daten aus der Mertens-Studie von 2009.

Einstellungen und Prioritäten zu Medien, Fanpraxen und auch Freunden zu bekommen, wurden 19 Fragen gestellt, welche dabei wiederum unterschiedlich viele Items umfassten. Durch die starke Internetanbindung der Szene erschien eine Online-Befragung sinnvoll. Daher wurde der Fragebogen über *soscisurvey.de* betrieben und auf elf Plattformen der Szene hinterlegt: *Crash-Dub Studio Boards*, *Crimson Studio Board*, *pokémonfans.net*, *narutopedia.eu*, *Digital Nippon*, *Animexx*, *Otaku Times*, *mangatube.de*, Tokyopop Verlag, Egmont Verlag, Carlsen Verlag. Die Befragung lief vom 22.08.2013 bis zum 30.09.2013. In diesem Zeitraum nahmen insgesamt 5.445 Personen teil. Da nicht nachvollziehbar ist, ob der Fragebogen allein oder mit anderen ausgefüllt wurde, kann er nicht uneingeschränkt als direkte Befragung gewertet werden. Die Auswahl der Plattformen erfolgte unter dem Aspekt, eine möglichst große Zielgruppe und breite Streuung innerhalb der befragten Gruppe zu erreichen. Es handelt sich demnach um eine Teilerhebung mit Elementen der bewussten Auswahl (Vorselektieren der Plattformen) und der Zufallsstichprobe (große Verbreitung mit breiter Streuung). Die Studie kann jedoch nur Tendenzen aufzeigen, da nur Personen mit Internetanbindung teilnehmen konnten. Trotz der hohen Internetaffinität der Manga- und Animefans an sich, ist es wahrscheinlich, dass beispielsweise sehr junge Mitglieder mit der vorliegenden Befragung nur bedingt erreicht werden konnten. Für die Auswertung wurden nur vollständige Fragebögen genutzt. Die folgenden Ergebnisse beziehen sich auf jene Teilnehmer, die eindeutig der deutschen Szene zuzuordnen waren. Der Anteil ausländischer (auch Österreich und Schweiz) Teilnehmer war mit 8,9 Prozent sehr gering. Daher lassen sich hieraus keine eindeutigen Aussagen über die Zusammensetzung der deutschsprachigen Community oder aussagekräftige Vergleiche über Nationalgrenzen hinaus machen. Die letztendliche Stichprobe enthielt 4.305 Datensätze.

Analyse der Daten

Wie eingangs erwähnt, blickt die deutsche Manga- und Animeszene auf eine Historie von nun fast 25 Jahren zurück. Wirkliche Ergebnisse zur Altersstruktur und Zusammensetzung der Gruppe finden sich ab 2006, sind aber – wie die 2008 veröffentlichte Sozioland-Studie – nicht mehr einsehbar, existent und/oder zugänglich. Demnach sind Vergleiche über diesen Zeitraum hinaus nicht möglich. Allerdings können anhand des aktuellen *Generationen-Projekts* und der 2009er Erhebung von Mertens zwei größere Studien einander gegenüber gestellt werden. Dabei soll der Blick zunächst auf die Altersverteilung der Gruppe fallen. Waren die meisten Mitglieder im Jahr 2009 zwischen 16 und 22 Jahren alt (Abb. 1), zeigen sich in der 2013er Studie die 15- bis 25jährigen besonders stark (Abb. 2). Anhand dieser Punkte lässt sich herausstellen, dass es zum einen innerhalb von vier Jahren zu einer Verschiebung der Altersverteilung in Richtung der Zwanziger kam. Zum anderen wird deutlich, dass im Vergleich zu 2009 auch die Fans unter 16 Jahren in der Community Fuß gefasst haben. Die meisten Anteile stellte 2013 die Gruppe der 17jährigen mit 8,3 Prozent. Die geringsten Anteile an der Hauptgruppe (15 bis 25 Jahre) war bei den 25jährigen mit 5,2 Prozent zu verzeichnen (Differenz 3,1 Prozentpunkte). Im Vergleich dazu hatten 2009 die 18jährigen mit 13,3 Prozent den größten Anteil, wobei die 15jährigen mit 5,4 Prozent (Differenz 7,9 Prozentpunkte) und die 25jährigen mit einem Anteil von 2,2 Prozent (Differenz zu den 18jährigen 11,1 Prozentpunkte) vertreten waren. Betrachtet man ausschließlich die Anteile der 17- bis 21jährigen im Vergleich der Jahre 2009 und 2013, wäre ein Rücklauf zu verzeichnen. Dieser erklärt sich über die breite und gleichmäßige Verteilung der Altersgruppen im Jahr 2013 und weniger über einen Ausstieg beziehungsweise eine rückläufige Zugangsfrequenz.

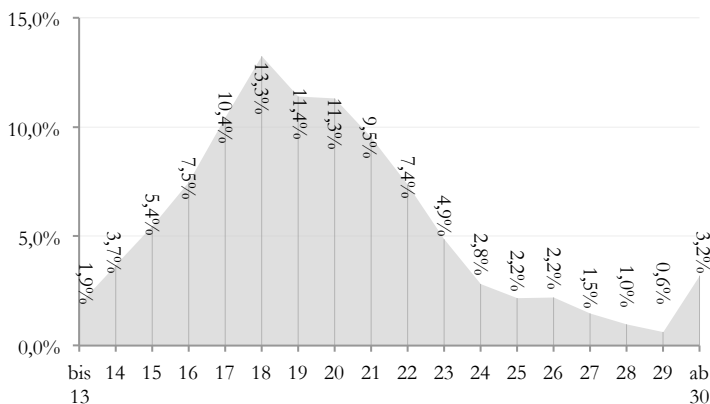


Abb. 1: Altersverteilung in der Manga- und Animeszene 2009 (Mertens 2014)

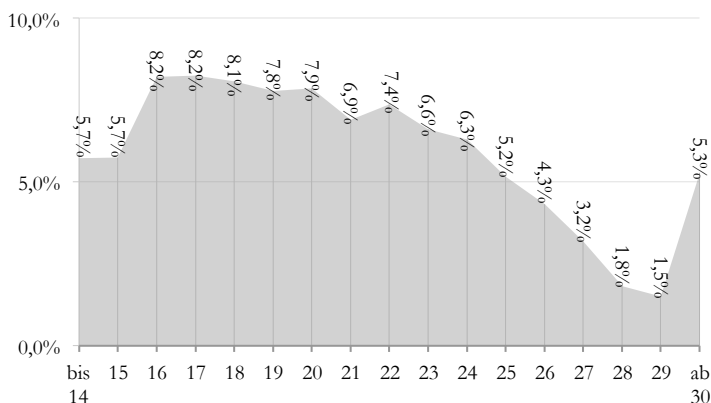


Abb. 2: Prozentuale Altersverteilung in der Manga- und Animeszene 2013

Diese Entwicklung legt die Vermutung nahe, dass die Fancommunity in den Jahren zwischen 2009 und 2013 einerseits in allen Altersgruppen neue Zugänge generieren konnte und andererseits viele Mitglieder über 20 Jahren innerhalb der Gruppe geblieben sind.

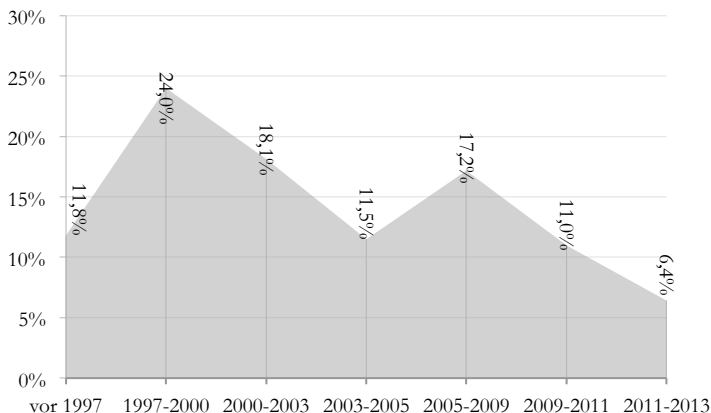


Abb. 3: Verteilung der Zugangszeiten der Manga- und Animeszene 2013

Aus Abb. 3 lässt sich ablesen, zu welchem Zeitpunkt die befragten Manga- und Animefans zum Fandom kamen. 24 Prozent der Befragten datierten den Zeitpunkt ihres Fanwerdens auf die Jahre zwischen 1997 und 2000, in welchem der eingangs beschriebene Medienzugang über RTL II am stärksten war (*Mebr als »nur« die Fans* 58, 61; *Der Manga- und Animefan* 44, 55). Zwischen 2003 und 2005 kann ein deutlicher Abfall der Mitgliederzugänge verzeichnet werden. Im Zeitraum 2005 bis 2009 schienen wieder mehr Manga- und Animefans in die Gruppe zu finden, wobei im Anschluss erneut ein Mitgliederrücklauf zu verzeichnen ist. Die geringen Anteile der späteren Zugänge (ab 2009) lassen sich darauf zurückführen, dass die Befragung der Szene über Online-Plattformen stattfand und damit im besonderen Maße jüngere Mitglieder schwer erreicht werden. Diese These lässt sich anhand der Erhebung von Mertens 2009 stützen, in der die Gruppe der 2005 bis 2009 hinzugekommenen Mitglieder kaum eine Rolle spielte, welche in der aktuellen Studie von 2013 einen Anteil von 17,2 Prozent ausmacht. Aus diesem Grund kann davon ausgegangen werden, dass die Gruppe der 2011 bis 2013 hinzugekommenen Fans erst in drei bis vier Jahren einen relevanten Einfluss auf die Szene haben wird und in diesem Rahmen auch stärker in Erscheinung tritt. Der hohe Anteil der 1997 bis 2000er Kohorte bestätigt die Vermutung,

dass viele der frühen Fans auch heute noch Mitglieder der Community sind. Ein Vergleich der Verteilung der verschiedenen Zugangszeiten mit den Alterskohorten (Abb. 4–6) lässt erkennen, dass sich auch neue Mitglieder aller Altersgruppen in der Fangemeinschaft einfinden. Für die Generationenbetrachtung spielen die Altersklassen ab 24 Jahren eine besondere Rolle, da sie ihren Zugang vornehmlich im Zeitraum zwischen 1997 und 2000 hatten. Die Gruppe der 27-jährigen und älter fand sogar schon vorher zum Manga und Anime. Besonders interessant ist, dass die 15- bis 18-jährigen vornehmlich in den Jahren zwischen 2005 und 2009 zum Fan wurden. Allerdings sind auch hier (bei den 17- und 18-jährigen) Fanhistorien auffindbar, die auf den Zeitraum vor 2000 zurückgreifen. Es sind demnach in Bezug auf den Zugangszeitpunkt und den damit einhergehenden strukturellen Gegebenheiten Generationen ausmachbar. Markant hervor treten die vor 1997er, die 1997 bis 2000er, eine Zwischengeneration von 2000 bis 2005, eine Generation der 2005 bis 2009er und die noch nicht wirklich greifbare Gruppe der Zugänge ab 2009.

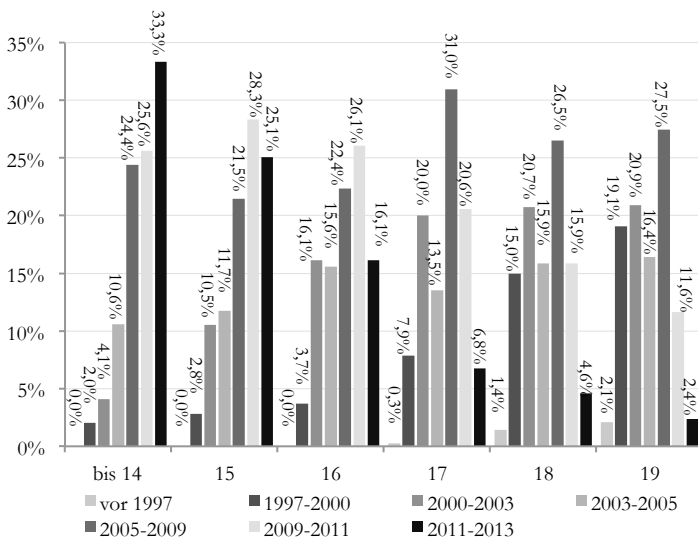


Abb. 4: Zugangszeitpunkte der unter 14- bis 19-jährigen Mitglieder der Manga- und Animeszene

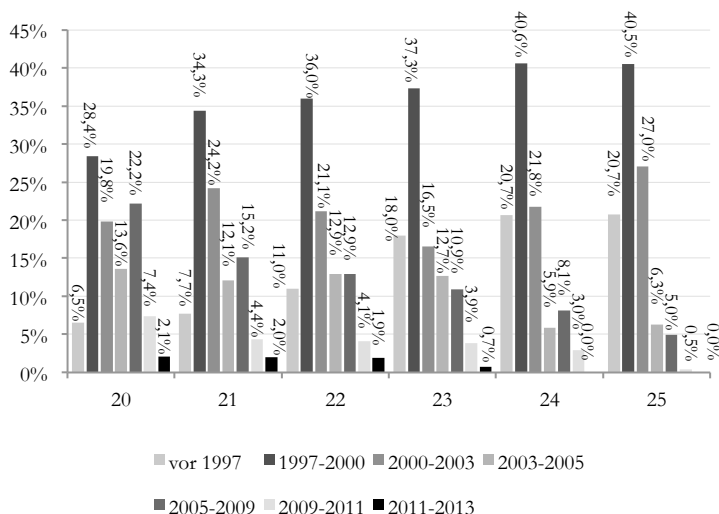


Abb. 5: Zugangszeitpunkte der 20- bis 25jährigen Mitglieder der Manga- und Animeszene

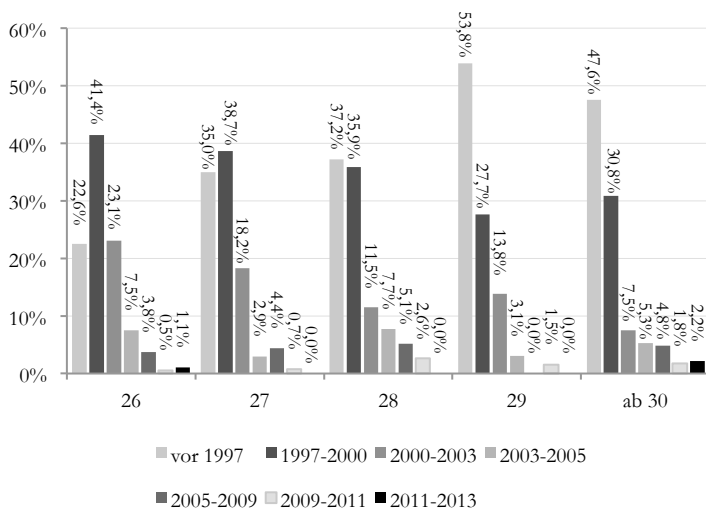


Abb. 6: Zugangszeitpunkte der 26- bis über 30jährigen Mitglieder der Manga- und Animeszene

Die Daten bestätigen demnach beide oben formulierten Vermutungen. Erstens, die Inhalte Manga, Anime und Spiel (mit Bezug zum Manga/Anime oder zum Animestil) haben die Eigenschaft, auch über die vermeintliche Altersgrenze der Jugendlichen hinaus neue Fans zu generieren. Sie bieten zweitens genügend Bleibepotenzial³ für lange Fanhistorien. Eine lebendige Szene und ihre Community bedürfen sowohl des einen als auch des anderen. Während die älteren (im Sinne der Mitgliedsdauer) Mitglieder im besonderen Maße über Fachkenntnisse und Beziehungen verfügen, die sie neuen Mitgliedern zur Verfügung stellen können, bringen die jungen (im Sinne der Mitgliedsdauer) wiederum neue Sichtweisen in die Community. Gegebene Zustände zu hinterfragen und den Meinungen und Einstellungen der alteingesessenen Mitglieder mit eigenen Ideen zu begegnen, sind grundlegende Elemente einer Entwicklung sowohl in der Gesellschaft als auch in Szenen (Lauenburg 21–30). Erst im gegenseitigen Anzeigen von Bedeutungen und Relevanzen innerhalb der Gruppe können gemeinsame Bedeutungszuschreibungen von kulturellen Objekten (wie dem Manga- oder Animefandom und den damit verbundenen Fanpraxen) entstehen und damit ein Wir-Gefühl. Die beiden Punkte »Neugenerierung« und »Bleibepotenzial« bieten aus dieser Argumentation heraus einen ersten deutlichen Hinweis auf die Möglichkeiten von Generationenbildungen. Es bestehen demnach verschiedenen Gruppen von Mitgliedern, die auf unterschiedliche Erfahrungen⁴ und auch Zugangszeiten (Abb. 4–6), unabhängig vom

3 Simmel sieht die Mechanismen für das Entstehen von Bleibepotenzialen vor allen Dingen in drei eng miteinander verbundenen Merkmalen von Großgruppen begründet, die auch ohne Weiteres auf eine Szene – damit auch auf die Manga- und Animeszene – übertragen werden können: 1. Die Innovationskraft, die Kraft sich stets neu zu erfinden und damit neue Erlebnisse für den Fan zu erzeugen und das Aufregende zu generieren. 2. Die Vielfalt eines solchen Konstruktes. 3. Im Falle von Wachstum, die daraus resultierenden Möglichkeiten und Notwendigkeiten der Differenzierung in Form von Teilung und Spezialisierung als fortschreitenden Prozess. Auf Szenen übertragen bedeutet dies also die Ausbildung von Untergruppen, die jeweils ein spezifisches Angebot für die Fans bereitstellen (Simmel 17, 64).

4 Mertens (*Mehr als »nur« die Fans* 24–32) weist darauf hin, dass besonders jene Fans aus der Anfangszeit mit anderen Voraussetzungen zutun hatten und erst Räume und Zugänge für die Szene (Conventions, Virtuelle Communities) etablieren

Alter der jeweiligen Person, zurückzuführen sind. Hier zeigen sich erste Widersprüche zur These Hitzler und Niederbachers, dass Szenen als labile Gemeinschaftsform nicht in der Lage seien, längerfristige Bindungen zwischen der Szene und dem Individuum aufrechtzuerhalten (19).

Ein letzter Punkt soll sich mit dem Lebensabschnitt befassen, in dem sich die Manga- und Animefans befinden. Nachdem Alter und Zugangszeitpunkt der Mitglieder im Mittelpunkt standen, konnte aufgezeigt werden, dass sich ein zumindest nicht unerheblicher Teil der Gruppe in einem Alter befindet, das nicht länger der Jugendphase zugeschrieben werden kann. Hitzler und Niederbacher gehen davon aus, dass Szenen ein Jugendphänomen seien und deshalb darauf bezogene Mitgliedschaften auf diese Lebensphase beschränkt blieben (21, 195–196). In diesem Kontext gelten jene Erwachsenen, die weiterhin Mitglieder von Szenen sind, als *juvenil* (21). Wäre dem so, müsste davon ausgegangen werden, dass sich alle Fans entweder in der Ausbildung oder aber in einem verlängerten Übergangszustand zwischen Jugendlichem und Erwachsenen befinden. Unter den Maßstäben Hurrelmanns⁵, in Bezug auf die Abgrenzung von Jugend- zum Erwachsenenalter trifft dies nicht auf die fast 30 Prozent Erwachsenen zu, die bereits ihre Ausbildung abgeschlossen haben. Sie stehen im Beruf und finanziell auf eigenen Beinen. Sie übernehmen Verantwortung und befinden sich jenseits einer Abhängigkeit vom Elternhaus.

mussten. Auch das mediale Angebot veränderte sich über die Jahre und ist für die jüngeren Zugangskohorten weiterreichend und umfangreicher.

- 5 Hurrelmann erklärt selbstverantwortliche Leistungstätigkeit, »Partnerbeziehung [...] mit Möglichkeit zur Familiengründung«, »Selbständigkeit in der Verhaltenssteuerung«, in der Lage zu sein, verantwortlich und gemeinnützig zu handeln, sowie die vollzogene Ablösung von Eltern und Bezugspersonen als Merkmale einer erwachsenen Person (28, 29).

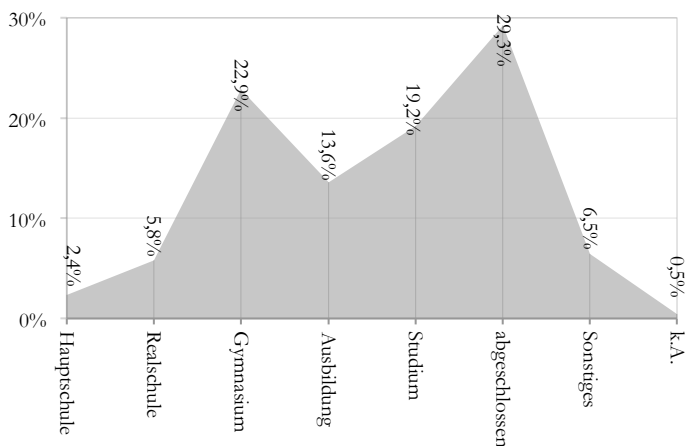


Abb. 7: Lebensabschnitte der Manga- und Animefans 2013

Neugenerierung, Bleibepotenzial und hoher Erwachsenenanteil bieten die Vorlage für die Bildung von Generationen. Dies ergibt sich daraus, dass Generationen nur dort entstehen können, wo verschiedene Gruppierungen mit verschiedenen zeitlichen Zugängen (sei dies bedingt durch Geburt oder durch mediale Zugänge) koexistieren. So verfügt die deutsche Manga- und Animeszene heute über einen relativ hohen Erwachsenenanteil, der etwa zur Hälfte auf Mitgliedschaften jenseits der zehn bis 15 Jahre zurückgeht und ein wichtiges Indiz für das Vorhandensein von Generationen darstellt.⁶ Mitglieder einer Generation teilen in diesem Sinne einen gemeinsamen Erlebnishorizont. Unterschiedliche Erlebnishorizonte können sowohl nebeneinander koexistieren als auch zu Ablösungen in der Fangemeinschaft führen. Das wiederum hält die Gruppe lebendig und aktuell in Bezug auf Technik, gesellschaftliche Veränderungen oder mediale Zugänge.

⁶ Wir definieren Generationen nach Mannheim (9–14) mit Blick auf die »Gleichzeitigkeit« aber auch Gleichartigkeit, in welcher der Zugang der Fans zur Szene passierte als eine Ansammlung von Individuen, die sich über einen bestimmten temporären Ereignisraum verbunden fühlen und dadurch eine Gemeinschaft bilden. Das kann gleichzeitige gesellschaftliche, kulturelle sowie soziale Ereignisse sowie technische und kommunikative Neuerungen umfassen.

Aktuelle und lebendige Gruppen wiederum erhalten neue Mitglieder. So entstehen dann wieder neue Generationen.

Wir konnten darlegen, dass Zugangszeiten und Altersstrukturen für die Generationenbildung nicht nur ein wichtiger Aspekt sind, sondern auch in der deutschen Manga- und Animeszene zu Generationen geführt haben. In einem letzten Schritt soll versucht werden, einen Beleg für das Bleibepotenzial zu finden. Dafür erscheinen die freundschaftlichen Bindungen als besonders geeignet. Sowohl Jenkins (22–23) als auch Fiske (33–34) oder Krischke-Ramaswamy (81–82) erklären, dass Fangruppen sich aus dem Bedürfnis heraus generieren, mit Gleichgesinnten über das Hobby zu sprechen oder auch einfach, um neue Personen kennenzulernen, mit denen man zunächst ein gemeinsames Thema teilt. Somit können freundschaftliche Beziehungen zwischen den Mitgliedern einen Hinweis darauf geben, welche Bedeutung die Gruppe für das Individuum innehat. Es besteht die Vermutung, dass jene Mitglieder mit vielen Freunden innerhalb der Szene über höhere Verpflichtungsgrade verfügen, welche wiederum das Bleibepotenzial der Szene stärken. Solche freundschaftlichen Beziehungen lassen sich allerdings in den meisten Fällen erst in der Gruppe selbst knüpfen und bedürfen daher der eingangs erwähnten Strukturen (Krishke-Ramaswamy 81).

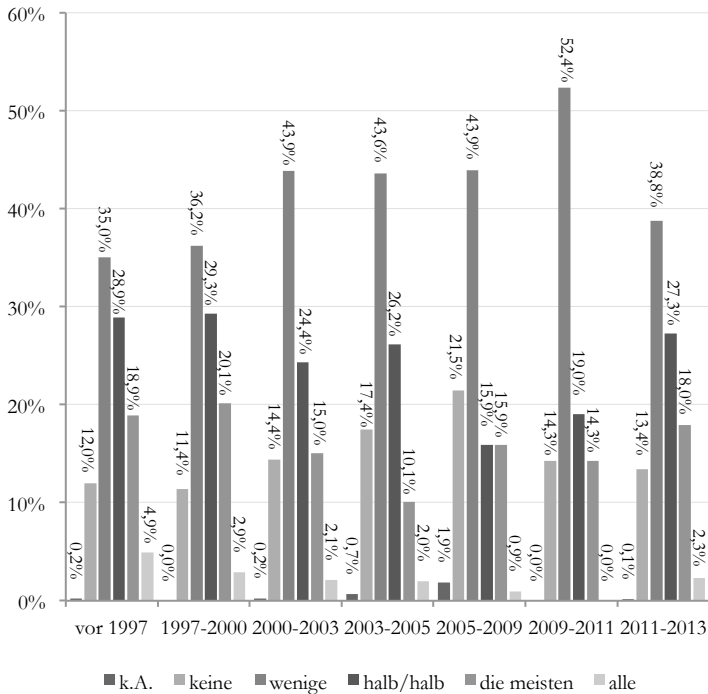


Abb. 8: Anteil der Freunde innerhalb der Manga- und Animeszene, aufgeschlüsselt auf die Zugangskohorten

In Abb. 8 ist eine große Diskrepanz zwischen den älteren und jüngeren Fans auszumachen. Während die älteren Fans über die Zeit ein dichtes Beziehungsgeflecht innerhalb der Szene aufgebaut zu haben scheinen, konnte dies für die Mehrheit der jüngeren Fans nicht nachgewiesen werden. So geben 52,8 Prozent der Mitglieder der vor 1997er Zugangskohorte und 52,4 Prozent der 1997 bis 2000er Gruppe an, einen Teil ihrer Freunde aus der Community zu generieren (für diese Argumentation fassen wir die Angaben zu *halb/halb*, *die meisten* und *alle* zusammen). Die jüngeren Zugangskohorten finden diese eher außerhalb der Manga- und Animeszene. Allein bei den jüngsten Fans, deren Anzahl jedoch mit 6,4 Prozent noch sehr gering ist, ordnen 47,6 Prozent eine Vielzahl ihrer Freunde in die Szene ein. Ob

dies so bleibt und vielleicht ein Generationenmerkmal ist, bleibt abzuwarten. Es scheint jedoch so, dass diese Beziehungsgeflechte üblicherweise erst mit langen Mitgliedschaften entstehen, die parallel zu denen aus Alltag und Beruf gepflegt werden (Jenkins 21, 54–59, 75–76; Kirschke-Ramaswamy 81–82). Beide Bereiche, sowohl Szene als auch Alltagsleben, ergänzen sich hier. Damit bilden die Aspekte Gemeinschaft und Beziehungsnetzwerke wichtige Elemente für die Langzeitattraktivität einer Community. Es lässt sich demnach feststellen, dass sich über Aktivitäten in der Community auf der Basis gemeinsamer Interessen, Freundschaften entwickeln, die dann aus dem Kontext der Community in den Alltag überführt werden. Da sie jedoch den gemeinsamen Aspekt eines Hobbys teilen, bilden diese Freundschaften auch immer wieder einen Anker und Bezug zur Szene.

Schlussfolgerung

Die vorangegangene Erörterung zeigte verschiedene Aspekte der Manga- und Animeszene bezogen auf die Alters- und Zugangskohorten. Dabei konnten fünf Punkte aufgezeigt werden, die eine Argumentation zur Generationenbildung unterstützen.

1. Die deutsche Manga- und Animeszene verfügt über eine breite Altersverteilung mit einem Erwachsenenanteil von knapp 30 Prozent.
2. Die Mitglieder befinden sich in verschiedenen Lebensabschnitten. Etwa 30 Prozent haben ihre Ausbildung/ihr Studium abgeschlossen und sind berufstätig.
3. Seit mehr als 25 Jahren findet die Szene Zulauf, die Zugangskohorte der Jahre 1997 bis 2000 stellt bisher den größten Mitgliederanteil.
4. Die Zugangskohorten sind altersgemischt, wobei sich je Kohorte eine dominante Altersgruppe aufzeigen lässt.
5. Die Mitglieder der älteren Zugangskohorten verfügen über dichtere Beziehungsgeflechte in der Szene als die Jüngeren.

Betrachtet man diese Punkte, ergibt sich das Bild einer Fancommunity, die sich über viele Jahre hin entwickeln konnte und deren Mitglieder zu unterschiedlichen Zeiten neu hinzugekommen sind. Dies mit einer zeitlichen Varianz von über 25 Jahren und einer ebenso breiten Altersverteilung. Viele der älteren Mitglieder schauen auf eine lange Fanhistorie zurück, in welcher sie sich selbst als Fans, aber auch als Personen, entwickelt haben. Sie sind mit ihrem Fan-Sein und mit der Community erwachsen geworden. Ihren Weg begleiteten damals und heute Freunde, die die Leidenschaft für Manga und Anime teilen. Beziehungsgeflechte aufgrund langer Mitgliedschaften aufbauen zu können, ist essentiell für das Herausbilden von Generationen. Diese kommen unter verschiedensten Rahmenbedingungen zur Szene und tragen ihre Erfahrungen, Kenntnisse und ihre Einstellungen mit hinein. Jede Generation beeinflusst, erbaut und entwickelt in diesem Sinne die Szenestrukturen. Auch wenn gerade die erste Generation hier maßgeblichen Einfluss hatte, wurden deren Deutungsmuster von Werten, Normen und Einstellungen durch die nachkommenden Mitglieder weiterentwickelt. Derartige Generationen wie in der Manga- und Animeszene können dort entstehen, wo eine Szene ihren Mitgliedern über das Bleibepotenzial die Möglichkeit zur Selbstentfaltung und Selbstverwirklichung sowie zum Aufbau von Freundschaften bietet.

Fazit

Die vorrangegangene Beweisführung zeigt deutliche Anzeichen für eine Generationenbildung innerhalb der deutschen Manga- und Animeszene. Es ist zu vermuten, dass, abgesehen von szenetypischen und szenespezifischen Eigenarten und Merkmalen, die Mechanismen der Herausbildung von Fangenerationen in anderen modernen Szenen ebenso erfolgen; jedoch unter der Prämisse, dass ein fortlaufender Rezeptionsanreiz (beispielsweise bei Serien mit langen Laufzeiten, Genres oder in diesem Fall der Manga- und Animestil), sowie die Möglichkeit zur Partizipation innerhalb der Community, Langzeitmitgliedschaften ermöglichen. Damit steht die deutsche Manga- und

Animeszene exemplarisch für eine heterogene Szenenentwicklung. Die aufgezeigten Entwicklungen treten ein, sobald eine Gemeinschaft die Optionen bereithält, Inhalte für alle Altersgruppen zur Verfügung zu stellen und Freundschaftsbildungen zu ermöglichen. Über Beziehungsnetzwerke entstehen Verbindlichkeiten und Verpflichtungsgrade. Es konnte nachgewiesen werden, dass eine Labilität, wie sie die Theorie der posttraditionalen Vergemeinschaftungen vertritt (Hitzler, Niederbacher 40), hier nicht greift. Die bei Hitzler und Niederbacher angeführte Abwanderung von erwachsenen Mitgliedern kann nur zum Teil nachgewiesen werden (Abb. 4, 5 und 6) und somit nicht länger für das Ganze stehen. Dieser heterogene und stark medial ausgerichtete Szenetypus, wie ihn die Manga- und Animeszene darstellt, bildet Fangenerationen aus. Dies geschieht allerdings nur, weil er aufgrund seiner langen Existenz in der Lage ist, den Raum dafür bereitzustellen. Jede Fangeneration entwickelt sich innerhalb ihres Fan-Seins über die Zeit vom Neuling zum Kenner. Der Fan selbst sieht sich und sein Fandom nicht als einen Aspekt des Alters, sondern als einen Teil seiner Persönlichkeit. Er verbindet damit Freude und Freunde (Jenkins 75–84, 252–253). Beides sollte nicht an ein Alter oder einen Lebensabschnitt gebunden werden. Mit dem Ausbilden von Generationen in der Manga- und Animeszene tritt die Community den Beweis an, dass sie in sich selbst das Potenzial trägt, sowohl jung als auch alt zu sein. Erfahrungen und Wissen, Normen und Werte werden permanent ergänzt und durch neue Ideen und den Umgang mit neuen Medien sowie durch das Hinterfragen der Handlungen und Deutungsmuster bereichert. Nur über das Miteinander verschiedener Generationen werden Reflexionen in Bezug auf die Gruppe und damit auch erst Veränderungen möglich. In diesem Sinne spiegeln Szenen und Communities im Kleinen wider, was die Gesellschaft⁷ im Großen bewegt und ausmacht. Als Spiegelbild der alltäglichen Interaktionen und Kommunikation treten sie also aus dem singulären Erscheinungsbild der Jugendszene heraus.

7 Wir definieren Gesellschaft in Anlehnung an Luhmann für diesen Text als ein soziales Gebilde, welches aus konkreten Menschen und deren Beziehungen zueinander besteht. Diese folgen mehr oder weniger den gleichen Vorstellungen und Meinungen sowie Zwecken (Konsens). Außerdem sei diese Form der Gesellschaft territorial begrenzt (Luhmann 24–25, 145f).

Literatur

- Baacke, Dieter. *Jugend und Jugendkulturen: Darstellung und Deutung*. Weinheim/München: Juventa, 2004.
- Cwielong, Ilona A. Digitale Jugendkulturen – ein Raum der Anerkennung. *Digitale Jugendkulturen*. Ed. Kai-Uwe Hugger, 195–208. Wiesbaden: VS, 2014.
- Ferchhoff, Wilfried. *Jugend und Jugendkulturen im 21. Jahrhundert: Lebensformen und Lebensstile*. Wiesbaden: VS, 2011.
- Fiske, John. The Cultural Economy of Fandom. *The Adoring Audience*. Ed. Lisa A. Lewis, 30–49. London/New York: Routledge, 1992.
- Hills, Matt. *Fan Cultures*. London/New York: Routledge, 2004.
- Hitzler, Ronald und Arne Niederbacher. *Leben in Szenen: Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*. Wiesbaden: VS, 2010.
- Hurrelmann, Klaus. *Lebensphase Jugend: Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung*. München: Juventa, 2010.
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 2013.
- Krischke-Ramaswamy, Mohini. *Populäre Kultur und Alltagskultur*. Konstanz: UVK, 2007.
- Lauenburg, Frank. *Jugendszenen und Authentizität: Selbstdarstellungen von Mitgliedern aus Jugendszenen und szenebedingte Authentizitätskonflikte, sowie ihre Wirkungen auf das (alltägliche) Szene-Leben*. Münster: LIT, 2008.
- Luhmann, Niklas. *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Bd.1. Frankfurt: Suhrkamp, 1997.
- Mannheim, Karl. Das Problem der Generationen. *Kölner Vierteljahrshefte für Soziologie* 7 (1928): 157–185, 309–330. http://www.1000dokumente.de/pdf/dok_0100_gen_de.pdf (30. Jun. 2014).
- Mertens, Eva. *Mehr als »nur« die Fans. Community, Conventions, Wettbewerbe und Internetplattformen. Die Manga- Animeszene stellt sich vor*. Bd. 1. Hamburg: Diplomica Verlag, 2012.
- Mertens, Eva. *Mehr als »nur« Manga und Anime*. Hamburg: Diplomica Verlag, 2012.
- Mertens, Eva. *Der Manga- und Animefan – Vorurteil und Wirklichkeit – »gestern« und »heute«*. Hamburg: Diplomica Verlag, 2014.
- mpfs. *Jim Studie 2013. Jugend, Information, (Multi) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19jähriger*. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2013.
- Müller-Bachmann, Eckart. Strukturelle Aspekte jugendkultureller Vergemeinschaftungsformen im Zeitalter der Globalisierung. *Globale Jugend und Jugendkulturen*. Ed. Dirk Villányi, 137–146. Weinheim: Juventa, 2007.

- Prensky, Marc. Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon* 9.5 (2001). http://cfde.emory.edu/teaching/resourcehubarticle/Digital_Natives_I_Prensky.pdf.pdf (30. Jun. 2014).
- Schriever, Jan. Jugendliche, Computer und Internet 2012: Mediennutzungsmöglichkeiten, -studien und Nutzertypologien. *Jugendliche Lebenswelten in der Mediengesellschaft: Mediale Inszenierung von Jugend und Mediennutzung Jugendlicher*. Ed. Alev Inan, 201–218. Bad Heilbrunn: Klinkhardt, 2012.
- Simmel, Georg. *Über sociale Differenzierung: Soziologische und psychologische Untersuchungen*. Leipzig: Duncker & Humblot, 1890. http://www.deutschestextarchiv.de/book/view/simmel_differenzierung_1890?p=15 (11. Feb. 2014).
- Vollbrecht, Ralf. Anime – Ein Phänomen aus Japan. *Ga-netch□! Das Manga-Anime-Syndrom*. Ed. Martha-Christine Menzel, 24–37. Berlin: Henschel, 2008.
- Winkler, Katrin und Heinz Mandl. *Virtuelle Communities*. München: Institut für Pädagogische Psychologie (Department Psychologie), 2004.
- Zank, Dinah. Girls only!? *Ga-netch□! Das Manga-Anime-Syndrom*. Ed. Martha-Christine Menzel, 144–157. Berlin: Henschel, 2008.

Die deutsche Cosplayszene

Laura Byell & Karishma Schumacher

Medienkultur

Einführung und Methode

Ob zum Karneval, für Geburtstagsfeste, bei Mottopartys oder zu Halloween: Das Kostümieren ist ein beliebter Brauch, der auch in Deutschland zu verschiedenen Anlässen auflebt. Doch auch abseits dieser Festlichkeiten gibt es Personen, die sich in ihrer Freizeit gern kostümieren. Eine dieser Gruppierungen ist die Cosplayszene, deren Anhänger meist Jugendliche und junge Erwachsene sind, welche sich für japanische Populärkultur begeistern. Cosplay bezeichnet das Verkleiden und Posieren als eine fiktive Figur aus Comics, Literatur, Zeichentrick, Realfilmen sowie Videospielen. Der Begriff setzt sich aus den englischen Wörtern *costume* und *play* zusammen, bezeichnet also wörtlich übersetzt ein Kostümspiel.

Die nachfolgende Beschreibung der Cosplayszene beruht auf Beobachtungen, welche auf Conventions und kleineren Treffen gemacht wurden sowie auf Erkenntnissen aus Interviews mit Szenegängern. Für ein universitäres Gruppenprojekt haben wir Interviews mit Cosplayern aus Bremen geführt, um sie über ihre Selbstwahrnehmung zu befragen. Anschließend wurden die Erkenntnisse mittels der qualitativ-deduktiven Interviewanalyse nach Mayring analysiert.

Während der Dreharbeiten zu unserem Dokumentarfilm über die deutsche Cosplayszene *In Character – Helden erwachen zum Leben* (2013) wurden mehr als 30 Interviews mit Szenegängern auf vier unterschiedlich großen Events in Deutschland geführt. Ziel war eine expositorisch beobachtende Dokumentation, um einen authentischen Einblick in die Szene zu gewinnen, da das Geschehen von uns als Filmemacherinnen nicht kommentiert wurde. Thematisch lagen dabei

das Selbstverständnis sowie die Identität der Szenegänger im Alltag, online und auf Events im Fokus.

Im Folgenden möchten wir einen erklärenden, deskriptiven Einblick in die deutsche Cosplayszene geben. Zusätzlich wird auch die Mediennutzung, -aneignung und -produktion der Szenegänger betrachtet. Dafür wird zunächst der Kreislauf der Medienkultur erklärt, welcher im Fazit anhand von Cosplay dargestellt wird. Zudem erfolgt eine Erklärung des Begriffs »Szene«, welcher das Verständnis für die Vergemeinschaftung von jungen Menschen erleichtern soll.

Kreislauf der Medienkultur

Da unser Alltag immer mehr durch Medien geprägt wird und damit auch in kulturellen Bereichen eine immer wichtigere Bedeutung einnimmt, spricht man von der »Mediatisierung des Alltags« (*Medienkultur kritisch erforschen* 231). Unsere heutige Gesellschaft lässt sich als Medienkultur identifizieren, weil damit solche Kulturen zu bezeichnen sind, »in denen »die Medien« Erfolg haben, sich als diejenigen zu konstruieren, die die primären Bedeutungsressourcen zur Verfügung stellen« (*Medienkultur kritisch erforschen* 231). Medien dienen folglich als Orientierung für unsere moderne Kultur.

Die Prozesse innerhalb der Medienkultur werden in Form eines Kreislaufs nach Hepp beschrieben. Zunächst muss ein gedankliches bzw. greifbares Produkt hergestellt werden, beispielsweise ein Film. Dessen Inhalt unterliegt einer (politischen) Regulation, in diesem Beispiel durch die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft, kurz FSK. Sobald der Film angekündigt wird, überlegt sich der mögliche Rezipient, ob er den Film sehen möchte, indem er dem Produkt Bedeutungen zuschreibt, die auf dem persönlichen kulturellen Kontext beruhen. Diese Phase wird Rezeption genannt. Sobald der Film geschaut wird, erfolgt die Medienaneignung, wobei das Gesehene unbewusst in den eigenen kulturellen Kontext eingeordnet wird. Bereits währenddessen oder aber im Anschluss reflektiert der Rezipient das Gesehene, identifiziert sich mit Inhalten bzw. lehnt diese ab. Auf diese Weise wird ein Zuschauer beeinflussbar.

Junge Rezipienten

Populärkultur ist eng mit der Medienkultur verbunden, da das, was auf großes Interesse stößt, in den Medien thematisiert wird (*Populäre Medienkulturen* 341). Zeitschriften wie die *Bravo* oder der Fernsehsender VIVA haben sich auf die Zielgruppe der zwölf- bis 19-jährigen spezialisiert. Deren Inhalte dienen vielen Jugendlichen zur Orientierung bzw. beeinflussen diese, wodurch beim Rezipienten Wunschvorstellungen und Ideale generiert werden, denen sie unter Umständen nacheifern möchten (Hitzler et al 12; Krotz 41).

Trotz Schule, Ausbildung oder Studium haben junge Menschen im Vergleich zur Nachkriegszeit beispielsweise durch die Einführung der Fünftageswoche im Jahr 1957 mehr Freizeit und Geld zur Verfügung (Farin). Dadurch können sie an vielfältigen Freizeitangeboten teilnehmen oder Produkte ihrer Wahl erwerben. Der Trend zur höheren Kaufkraft von Kindern und Jugendlichen bleibt weitgehend erhalten. Während Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren im Jahr 2010 noch im Schnitt 23,04 Euro monatliches Taschengeld erhielten, waren es drei Jahre später rund 27,56 Euro im Monat (Greiner). Vom Taschengeld werden unter anderem Süßigkeiten, aber auch Zeitschriften oder Comics erworben. Diese Form der Medienrezeption finanzieren die Kinder sich folglich selbst und entscheiden mit dem Kauf, von welchen Medien sie beeinflusst werden können.

Laut der JIM-Studie 2013 nutzen täglich 73 Prozent der 1.000 befragten Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren das Internet, 62 Prozent sehen täglich fern (mpfs). Es handelt sich folglich um eine relevante Zielgruppe für Händler, Werber und Medien in unterschiedlichsten Formen. Dies zeigt aber auch, dass Mediennutzung ganz selbstverständlich zum Alltag von jungen Menschen gehört – ganz gleich, ob es sich dabei um allgemeine Informationsbeschaffung oder persönliche Interessen handelt.

Szene

Das Interesse für bestimmte Themen kann zu populärkulturellen Vergemeinschaftungen führen, wie beispielsweise Fanszenen. Grund-

lage der Gruppierungen ist gemeinsames Interesse zum Beispiel an einem bestimmten Musikgenre, wobei es keine vorgeschriebenen Regeln gibt. Dieser Gemeinschaft können beliebig viele Mitglieder angehören und zu jeder Zeit wieder aussteigen, da es sich um ein lockeres Netzwerk handelt (Hitzler et al 15). Anders als bei Vereinen gibt es bei den angesprochenen Vergemeinschaftungen keine Beitrittserklärung, weshalb es für Mitglieder der Szene schwer zu beurteilen ist, ob sie richtig zugehörig sind oder lediglich Außenstehende mit den gleichen Interessen sind. Um als Mitglied einer solchen Gemeinschaft anerkannt zu werden, ist der Austausch mit anderen Szenegängern von hoher Bedeutung. Mittels Kommunikation sowohl online als auch offline wird eine Szene erst real und kann von der Öffentlichkeit wahrgenommen werden (Hitzler et al 18). Kommunikation ist das wichtigste Werkzeug zum Erhalt der Szene, weil sich somit szenetypische Handlungsweisen und Ideen verbreiten sowie etablieren können. Heutzutage wird dafür vor allem das Internet verwendet, da es beispielsweise Szenetreffs in Form von Foren oder Portalen gibt. Mediennutzung ist folglich ein signifikantes Merkmal von Vergemeinschaftungen. Da Szenen oftmals Themen der Populärkultur im Fokus haben, handelt es sich bei Szenen um Medienkulturen.

Es sind jedoch vor allem Events oder Gruppentreffen für die Manifestation der Szene wichtig, wobei das Gemeinschaftsgefühl gestärkt wird (Hitzler et al 22). Damit geht auch die wachsende Kommerzialisierung von Szenen einher. So werden beispielsweise Fachzeitschriften veröffentlicht oder Events von Sponsoren finanziert, wodurch noch größeres Interesse geweckt wird. Innerhalb der Szenen gibt es Mitglieder, die lange zugehörig sind und über große »Credibility«, also ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit, verfügen, sodass diese als »Eliten« zu bezeichnen wären (Hitzler et al 22). Die Eliten sind oftmals für die Organisation von Events verantwortlich oder gründen Vereine, um die Szene fester zu etablieren.

Die deutsche Cosplayszene

Bereits Fotografien von Beginn des 20. Jahrhunderts zeigen Frauen, welche sich als männliche Figuren aus den Karl-May-Erzählungen kostümierten. Folglich handelt es sich beim Verkleiden als fiktive Charaktere innerhalb einer bestimmten Medienkultur um kein neues Phänomen. Als Cosplay ließ sich dies jedoch aufgrund fehlender gemeinschaftlicher Organisationsstrukturen noch nicht bezeichnen. Der Grundstein für moderne Verkleidungsszenen wurde im Jahr 1939 in New York City gelegt. Dort wurde die erste Science-Fiction-Convention, die sogenannte *Worldcon*, veranstaltet, zu der sich Besucher kostümierten (Leng 90).

In den 1960er und 1970er Jahren wurden in den USA vermehrt Figuren aus dem *Star Trek*-Serienuniversum als Kostümvorlage verwendet, wobei die Anhänger dieses Fandoms als »Trekkies« bezeichnet werden. Damals wurde allerdings nicht der Terminus »Cosplay« verwendet, da er erst 1984 vom japanischen Animeregisser Takahashi Nobuyuki entwickelt wurde (Leng 90). Beim Anblick von kostümierten Besuchern der *Worldcon* in Los Angeles kam ihm die Idee des Wortes »Cosplay« in den Sinn. Dieses Phänomen wurde anschließend von japanischen Fans adaptiert und an die dortige Popkultur angepasst (Hitzler et al 45). So wurde Cosplay ein zunehmend japanisch konnotiertes Hobby, welches über die steigende Popularität von Manga (japanischer Comic) und Anime (japanischer Zeichentrick) auch in der restlichen Welt seine Anhänger fand. Aufgrund dessen sind viele Charaktervorlagen für Kostüme ostasiatischen Ursprungs.

In Deutschland haben Karnevalsfeiern mit Verkleidungen eine lange Tradition und Geschichte, doch populär wurde das Kostümieren abseits von Rosenmontag erst in den 1980er und 1990er Jahren im Science-Fiction-Fandom. Laut Autor und *Star Trek*-Experte Mike Hillenbrand gab es zum Höhepunkt des Hypes in Deutschland etwa 100 Trekdinner, privat organisierte Treffen von Fans für Fans (Sander). Seit 1992 findet hierzulande die *Federation Convention* statt, welche sich ursprünglich auf das Phänomen *Star Trek* konzentrierte. Mittlerweile ist die *FedCon* das größte Event für Fans von Science Fiction, Fantasy und Mystery in Europa. Allerdings nehmen sich Personen

anderer Fanszenen außerhalb des Anime- und Mangafandoms nicht als Cosplayer wahr, da sie unterschiedliche Themen im Fokus haben.

Cosplay verdankt seine Popularität in Deutschland vor allem dem kommerziellen Erfolg von Animeserien im Nachmittagsprogramm der Privatsender Ende der 1990er Jahre. *Sailor Moon*, *Dragon Ball* oder auch *Pokémon* gelten für viele Szenegänger als Serien, welche ihr Interesse für Anime und Manga befeuerten. Aufgrund dessen handelt es sich bei Cosplay um eine Subszene der Anime- und Mangaszene, welche jedoch eigene typische Merkmale aufweist (Hitzler et al 45).

Während der Begriff »Cosplay« Ende des 20. Jahrhunderts nur wenigen geläufig war, was sich an der Zahl der aktiven Cosplayer bemerkbar machte, änderte sich dies mit dem Anbrechen des neuen Jahrtausends durch die zunehmende Zugänglichkeit zum Internet in Privathaushalten (Hitzler et al 46). Online fanden Fans erstmals die Möglichkeit, sich über regionale Grenzen hinweg auszutauschen und ihr Hobby auf Portalen wie *Animexx* oder *deviantART* zu präsentieren. Doch auch die Printmedien erkannten den stetig wachsenden Markt von Manga und Anime, wodurch Zeitschriften wie die *Anima-niA* oder *Koneko* ins Leben gerufen wurden.

Manga werden in Deutschland derzeit von fünf Verlagen veröffentlicht und erfreuen sich seit dem Hype zur Jahrtausendwende stetig wachsender Beliebtheit. Seit 2007 strahlt der Pay-TV Sender *Animax* Animes und japanische Realfilme aus. Dies zeigt nicht nur, dass die Zielgruppe ihre eigene Lobby bekommen hat, sondern auch, dass die Anime- und Mangaszene mit ihren Subszenen als lukrative Einnahmequelle wahrgenommen wird.

Conventions, Events und Fantreffen

Neben der medialen Öffentlichkeit dieses Hobbys gibt es auch die Ausübung auf Conventions und kleineren Treffen. In Deutschland werden zahlreiche regionale und überregionale, meist jährlich stattfindende, Events veranstaltet, welche der Szene als Treffpunkte dienen. Im Jahr 1998 fand das *Neo Moon Project* statt – Deutschlands erste Convention, welche sich ausschließlich dem Thema Anime und Manga, insbesondere *Sailor Moon*, widmete (Hitzler et al 45). Mit der

Zeit und der wachsenden Popularität kamen zahlreiche regionale Veranstaltungen und privat organisierte Fantreffen hinzu. Die *Con-nichi* in Kassel und die *AnimagiC* in Bonn zählen zu Deutschlands größten Conventions. Dort gibt es unter anderem ein Bühnenprogramm mit Cosplayshowgruppen, Konzerten oder Ehrengästen wie Zeichnern. Des Weiteren finden sich auf den meist zwei- bis dreitägigen Events Händlerräume mit importiertem Merchandising, Manga, CDs und Kostümbehör, Animekinos, Videospielstationen sowie Workshops zu verschiedenen Themen, wie zum Beispiel Perückenstyling.

Mittlerweile ist Cosplay aber auch auf den Buchmessen in Leipzig und Frankfurt ein großes Thema, da die Mangaverlage im Laufe der Zeit immer mehr Programmpunkte, wie zum Beispiel Autogrammstunden mit Autoren, für diese Zielgruppe organisieren. Dort treffen die Szenegänger auf eine große, zum Teil auch mediale, Öffentlichkeit und sind beliebte Fotomotive für Besucher. Aufgrund der Popularität dieser Großevents unter Mangafans und Cosplayern wurde 2014 erstmals die *Manga Comic Convention* im Rahmen der Leipziger Buchmesse veranstaltet, welche an drei Tagen insgesamt 31.000 Besucher aufweisen konnte (*Leipziger Buchmesse*). Doch auch die Messe für Unterhaltungselektronik und Videospiele *gamescom* in Köln lockt jährlich immer mehr Cosplayer an. Einige Spielentwickler engagieren extra Cosplayer für Werbezwecke, um Charaktere aus ihren Werken zu verkörpern. Dies zeigt zum einen die wachsende gesellschaftliche Akzeptanz, aber auch das stetige Wachstum der Szene.

Cosplay online

Um sich selbst als Mitglied der Cosplayszene zu identifizieren, ist die Mitgliedschaft in einem Online-Portal von Bedeutung, da die Szene neben Events vor allem im World Wide Web existiert (Hitzler et al 46). Die größte Plattform für Anime-, Manga- und Japanfans in Deutschland ist *Animexx*.

Seit der Gründung im Jahr 2000 zählt die Community, welche als Verein zur Förderung japanischer Popkultur tätig ist, mittlerweile 101.900 User (*Mitglieder-Statistik*). Die Zugehörigkeit zu *Animexx* ist

folglich ein wesentliches Zeichen der Szeneidentität. Zwar haben Szenegänger die Möglichkeit, sich auf regionalen Treffen auszutauschen, jedoch wohnen die Besucher oft in anderen Orten, sodass das Internet als wichtiges Kommunikationsnetzwerk dient.

Nach der kostenlosen Registrierung ist es unter anderem möglich, sich ein Profil anzulegen, Kostüme oder Zeichnungen in Bildergalerien zu veröffentlichen und diese von anderen Nutzern kommentieren zu lassen. In unterschiedlichen Foren können User über gemeinsame Interessen diskutieren, Events ankündigen und Neuigkeiten veröffentlichen. Kleinere Events oder Fantreffen, welche meist privat organisiert sind, werden häufig auf *Animexx* angekündigt, sodass es für Szenegänger, die nicht dort angemeldet sind, schwierig ist, über das Szenegeschehen informiert zu sein. Dennoch sind selbstverständlich nicht alle Szenegänger dort registriert.

Für Cosplayer bieten die Internetplattformen einen weiteren signifikanten Faktor, nämlich den der Präsentation ihrer Kostüme. Aktuell gibt es bei *Animexx* über 136.000 Kostümprofile (*Statistiken im Cosplay- und J-Fashion Bereich*). Hier haben Nutzer neben der Foto-Upload-Funktion auch die Möglichkeit, Informationen zur Entstehung des Kostüms beizusteuern, Referenzbilder hinzuzufügen, um die Ähnlichkeit zum Original zu veranschaulichen und sich von anderen Nutzern bewerten zu lassen. Über die Kommentarfunktion schreiben sie sich gegenseitig Lob oder (konstruktive) Kritik zu den Kostümen, was für viele Cosplayer ein wichtiger Teil der »Szenecredibility« ausmacht. Je mehr (positive) Kommentare oder Bewertungen, desto mehr Prestige besitzt ein Cosplayer vermutlich in der Szene. Außerdem wird dadurch der Kontakt zu vielen anderen Szenegängern bewiesen bzw. hergestellt, sodass es auch innerhalb der Szene zu einem höheren Bekanntheitsgrad führt (Hitzler et al 51).

Neben *Animexx* wird auch die internationale Community *deviantART* benutzt, welche sich selbst als größtes Künstlerportal weltweit bezeichnet. Dort sind neben Zeichnern, Fotografen oder Bastlern auch Cosplayer anzutreffen, welche anspruchsvolle Kostüme mit meist professionellen Fotografien hochladen und Kontakte zu Szenegängern aus anderen Ländern pflegen. Das größte internationale Portal speziell für Cosplayer ist allerdings *Cosplay.com*.

Insgesamt gewinnen Soziale Netzwerke in der Szene immer mehr an Popularität. So gibt es Szenegänger, welche eine *Facebook*-Fanseite einrichten, um ihre Werke zu präsentieren und Fankontakt zu pflegen oder bei *Twitter* aktiv sind (so wie die US-amerikanische/osteuropäische Cosplayerin PikminLink besitzt beispielsweise auch das deutsche Cosplayduo PuniiiPuniii einen *YouTube*-Kanal) Sie werden durch die Verwendung verschiedener Plattformen zu Prominenten innerhalb der Szene.

Präsentationsformen

Events dienen Szenegängern unter anderem auch der Präsentation des eigenen Kostüms, da Cosplay vor allem in der Szeneöffentlichkeit ausgeübt wird. Während das Nähen und Basteln daheim erfolgt, wird die fertige Verkleidung bei einem Event präsentiert. Da die Erstellung eines Kostüms mit viel Zeit, Geld und Mühe verbunden ist, erfüllt es die Szenegänger mit Stolz, ihr Werk öffentlich zu tragen. Gegenseitige Komplimente oder Fotoanfragen gehören dabei zum Szenealltag, da dies als Wertschätzung für den Arbeitsaufwand gilt. Neben dem privaten Fotografieren gibt es auch szeneeinterne (Hobby-)Fotografen, welche Shootings auf Conventions anbieten. Meist finden sich auch fremde Szenegänger zusammen, welche Charaktere aus dem gleichen Serienuniversum verkörpern, um sich gemeinsam abzulichten.

Obwohl Cosplay das Wort *play*, also Spielen, beinhaltet, handelt es sich nicht um Rollenspiel. Die Persönlichkeit der Charaktervorlage wird meist nur auf Fotos wiedergegeben oder für Videoaufnahmen imitiert. Dabei wird versucht, durch Mimik, Gestik und Setting der Originalfigur so ähnlich wie möglich zu sehen.

Fotografien haben neben dem ästhetischen Aspekt auch eine Dokumentationsfunktion. Viele Cosplayer pflegen beispielsweise online eine Kostümdatenbank bei *Animexx*, wobei häufig auch die Kostümherstellung in Etappen fotografisch festgehalten wird.

Eine weitere Form der Präsentation stellen die auf Conventions beliebten Cosplaywettbewerbe dar. Diese gibt es sowohl in der Einzel- als auch Gruppendisziplin. Es gilt, innerhalb eines festgelegten

Zeitfensters eine Performance vorzuführen – sei es durch Tanz, Gesang oder Schauspiel. Neben der Präsentation des Cosplayers werden auch die Qualität und die Ähnlichkeit zur Originalfigur durch eine Jury bewertet.

Konkurrenz fördert bei diesem Hobby den Qualitätsanspruch an das eigene Kostüm, da Charaktere mit einer hohen Popularität wie zum Beispiel *Naruto* von vielen Cosplayern dargestellt werden. Szenegänger sind folglich stets darum bemüht, möglichst originalgetreu auszusehen. Allerdings herrscht trotz dieser Intention ein großes Zusammengehörigkeitsgefühl in der Szene, sodass Konkurrenzdenken meist nur bei Wettbewerben vorkommt. In den von uns geführten Interviews wurde stets betont, dass der Spaß am Hobby im Fokus liegt. Das bedeutet jedoch nicht, dass es unter Cosplayern keinen Neid oder Missgunst gibt. »Klar gibt es hier auch Zankereien. Es ist hier wie bei anderen Cliquen auch, nur, dass wir kostümiert sind«, erklärte eine Szenegängerin im Interview (*In Character – Helden erwachen zum Leben*).

Neben den Wettbewerben gibt es auch Showgruppen wie zum Beispiel *Tsuki no Senshi*, Deutschlands bekanntestes und auch ältestes Ensemble, welche auf der Convention *Neo Moon Project* 1998 ihren ersten Auftritt hatten (*Neo Moon*). Dabei handelt es sich um Hobbytänzer, -sänger und -schauspieler, welche ihre privat einstudierten Stücke auf verschiedenen Events präsentieren. Die Auftritte ebensolcher Showgruppen sind ebenso wie Cosplaywettbewerbe starke Publikumsmagneten und erfreuen sich innerhalb der Szene großer Beliebtheit.

Bei privat organisierten Kleingruppentreffen wie der *Maycho* in Bremen hingegen fanden sich etwa alle zwei Monate Cosplayer sowie Anime- und Mangafans aus dem Umland zusammen, um sich mit Gleichgesinnten auszutauschen oder auch gemeinsam Fotoshootings durchzuführen. Ansonsten findet die Ausübung von Cosplay im privaten Rahmen wenig Raum. Unter befreundeten Szenegängern ist es jedoch keine Seltenheit, sich zum gemeinsamen Fotoshooting zu verabreden. Selbstverständlich beschäftigen sich Cosplayer in ihrer Freizeit mit ihrem Hobby, jedoch treten sie verkleidet nur zu Events auf.

Charakteristika der Cosplayszene

Innerhalb der Szene werden Spitznamen bzw. Nicknames verwendet. Meist haben diese einen japanischen Klang, angelehnt an Namen aus Manga und Anime. Diese werden nicht nur online verwendet, sondern dienen auch als Rufname auf Veranstaltungen. Nichtsdestotrotz betrachten die Szenegänger die im Cosplay verkörperten Charaktere selbst nicht als zweite Identitäten, sondern lediglich als Teil ihres Hobbies Cosplay, welches aber wiederum einen Teil ihrer Identität ausmacht. Durch die intensive Beschäftigung mit den Erzählungen und dem Zeitaufwand, der mit der Kostümerstellung einhergeht, hat Cosplay vermutlich einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf das Leben der Szenegänger. Andere Cosplayer verwenden die Nicknames hingegen, weil ihnen das Wahren ihrer Anonymität sehr wichtig ist, da das Hobby von Außenstehenden teilweise als regressive, verrückte Tätigkeit wahrgenommen wird.

Anhand der Interviews lässt sich sagen, dass viele Befragte Erfahrungen mit Vorurteilen gemacht haben. Nicht nur mit Anfeindungen von Passanten haben sie zu kämpfen, sondern unter anderem auch mit Unverständnis im unmittelbaren Familien- oder Bekanntenkreis. Andererseits berichteten Cosplayer auch von positiven Erfahrungen mit Fremden, welche sich höflich darüber erkundigten, warum die Person kostümiert sei. So ist es auch nicht unüblich, dass sie von Außenstehenden um ein Erinnerungsfoto gebeten werden. Durch die öffentliche Ausübung dieses Hobbys haben einige Interviewteilnehmer erwähnt, dass ihr Selbstbewusstsein gestärkt wurde oder ihre Schüchternheit sogar abgebaut werden konnte. Der Kontakt, sowohl zu Gleichgesinnten innerhalb der Szene als auch zu Fremden, kann also auch ein positiver Gewinn für das private Leben außerhalb der Szeneöffentlichkeit bedeuten.

»Ein anderes Gesicht zeigen und auch mal über seinen eigenen Schatten springen müssen«, nannte ein Cosplayer als Gründe, weshalb er dieses Hobby gern ausübt (*In Character – Helden erwachen zum Leben*). Einige Szenegänger sind kostümiert offener und trauen sich beispielsweise einer fremden Person ein Kompliment zu machen, obwohl sie eigentlich sehr schüchtern sind. »Du gehst einfach offen auf die Menschen zu, weil du einfach einer von ihnen bist« (*In Charac-*

ter – Helden erwachen zum Leben). In vielen Interviews, welche für den Dokumentarfilm *In Character – Helden erwachen zum Leben* geführt wurden, erwähnten die Szenegänger, dass sie zunächst uncostümiert zu Veranstaltungen erschienen seien. Gründe hierfür waren meist Schüchternheit oder Unkenntnis über Cosplay. Beim Anblick der kostümierten Besucher wurde jedoch der Wunsch geweckt, es ebenfalls auszuprobieren.

Im Durchschnitt sind Cosplayer zwischen 16 und 25 Jahren alt. Hier könnte ein Bezug zu den Animeserien, welche vermehrt Ende der 1990er Jahre in Deutschland ausgestrahlt wurden, bezeichnend sein, da es sich vermutlich um die Zielgruppe dieser Zeit handelt. Der Statistik von *Animexx* ist zu entnehmen, dass lediglich ein Viertel aller Nutzer männlich ist, was sich mit Beobachtungen zu den Besuchern auf Conventions deckt (*Mitglieder-Statistik*). Dies könnte zum einen daran liegen, dass Nähen und die Auseinandersetzung mit dem äußeren Erscheinungsbild von der Gesellschaft als weitestgehend weiblich konnotierte Tätigkeiten wahrgenommen werden, weshalb sich vermutlich nur wenige junge Männer trauen, dieses Hobby öffentlich auszuüben bzw. ihnen aufgrund ihrer Sozialisation die handwerklichen Fähigkeiten fehlen, die Voraussetzung für Cosplay sind.

Grundsätzlich erstellen Szenegänger nicht nur ein Kostüm, sondern nähen teilweise für jedes Event ein neues (Hitzler et al 47). Allerdings kann dies dazu führen, dass es zu Schwierigkeiten bei der Wiedererkennung von Bekanntschaften führt, weshalb viele User in Internetportalen vorher ankündigen, welches Cosplay sie tragen werden. Da vor allem in den Sommermonaten beinahe jedes Wochenende Treffen in ganz Deutschland stattfinden, kann es zu Druck bei der Fertigstellung von Kostümen führen. Dieser Stress kommt jedoch beinahe einem Szeneritual gleich und wird online häufig auf Social-Media-Kanälen thematisiert. Für die besucherstärksten Veranstaltungen, wie die bereits erwähnte *Connichi* oder die Buchmessen, werden die Kostüme mit besonders großer Sorgfalt angefertigt, da dies für Szenegänger nicht nur die populärsten Events des Jahres sind, sondern die Szeneöffentlichkeit besonders groß ist. Je höher die Anzahl der Besucher, desto höher scheint auch der Druck, ein möglichst qualitativ hochwertiges Kostüm zu nähen. Die Konkurrenz beflügelt folglich die Kreativität und das Qualitätsniveau (Hitzler et al 48).

Für Cosplayer gehört ein gewisses Maß an Narzissmus dazu, da Fotografien neben der Kostümerstellung einen großen Teil der Szeneaktivitäten ausmachen. Der Anspruch liegt darin, eine fiktive Figur so originalgetreu wie möglich zu kopieren. Demzufolge müssen sich Szenegänger intensiv mit ihrem äußeren Erscheinungsbild beschäftigen, um Gemeinsamkeiten oder Unterschiede zur Charaktervorlage zu erfassen. Cosplayer, die einen hohen Qualitätsanspruch haben, schminken sich beispielsweise andere Gesichtskonturen, verwenden künstliche Wimpern oder rasieren sich das sichtbare Schläfenhaar, falls dieses nicht von der Perücke verdeckt werden kann.

Die Auswahl eines nächsten Cosplayprojekts erfolgt nach Sympathie für den fiktiven Charakter. Nach Wahl der Figur werden Illustrationen bzw. Videomaterial genauestens studiert, um alle Details des Kostüms erfassen. Außerdem wird auch die Persönlichkeit intensiv analysiert, um Mimik und Gestik perfekt für Fotos oder Videos imitieren zu können. Entsprechend der Vermessung der Körpermaße wird ein Schnittmuster angefertigt, sodass die richtige Materialmenge ermittelt werden kann. Anschließend werden die Stoffe zugeschnitten und zusammengenäht. Neben dem Stoff wird auch Zubehör wie etwa Kontaktlinsen oder Perücken erworben. Accessoires werden oft selbst gebastelt, wobei Materialien wie Backofenknete, Pappmaché, Holz oder Kunststoff zum Einsatz kommen. Für den Prozess der Kostümerstellung werden meist mehrere Wochen benötigt.

Einige Cosplayer entwickeln jedoch auch ganz neue Verkleidungen, wie es bei den sogenannten »Gijinka« üblich ist. Dabei handelt es sich um »Vermenschlichung« von nichtmenschlichen Wesen wie *Pokémon* (*In Character – Helden erwachen zum Leben*).

Es ist auch üblich, Charaktere des anderen Geschlechts darzustellen, was »Crossplay« genannt wird. Hier ist eine Parallele zum japanischen Kabuki-Theater der Edo-Zeit zu erkennen, bei dem es Frauen verboten war, öffentlich Theater zu spielen (Höhn 203). Demzufolge haben sich männliche Schauspieler als Frauen kostümieren müssen, um diese in Aufführungen darzustellen. Dabei wurden weibliche Bewegungen und Stimmen bis zur Perfektion imitiert, sodass es als eigene Kunstform zu betrachten ist, welche in Japan auch heute noch in Kabuki-Theatern präsentiert wird. In Deutschland hingegen kostümieren sich vor allem weibliche Szenegänger gern als männliche

Charaktere, während das Phänomen umgekehrt eher selten vorkommt, da es vergleichsweise wenig männliche Cosplayer gibt. Innerhalb der Szene ist Crossplay etabliert und stößt, sofern das Kostüm sorgfältig erstellt wurde, auf Anerkennung. Grund für die Akzeptanz ist neben der Offenheit der Szenegänger unter anderem, dass *gender bending*, also der physische bzw. psychische Geschlechtertausch, in einigen Manga und Animes thematisiert wird (Leng 105). Die Intention des Crossplays liegt jedoch nicht darin, den Wunsch nach einem anderen Geschlecht zu äußern oder gar das andere Geschlecht zu parodieren, sondern, wie bei allen Cosplays, seine Wertschätzung für einen fiktiven Charakter zum Ausdruck zu bringen (Leng 97). »[...] so wie andere Menschen Popstars anhimmeln, himmeln wir so unsere Charaktere an. Man cosplayt seine Idole«, gaben zwei Szenegängerinnen als ihre Intention für Cosplay an (*In Character – Helden erwachen zum Leben*).

Innovation ist ein bezeichnendes Merkmal des Anime- und Mangafandoms. Neben der hohen Medienrezeption sind viele Szenegänger kreativ tätig. Malen, Zeichnen, Basteln und das Schreiben von Fanfiction sind beliebte Hobbys der Zielgruppe. Da die meisten Cosplayer häufig ebenfalls diesem Fandom angehören, was an der Charakterauswahl der Kostüme zu erkennen ist, leben sie ihre Kreativität unter anderem durch das Nähen aus.

Spaß am Kreativsein wird in der Cosplayszene auch anhand des »ConHons« bemerkbar, einer Art Poesiealbum mit Zeichnungen. Zusammengesetzt wird das Wort aus *con*, die Kurzform von Convention, und dem japanischen Wort *hon* für Buch. Es handelt sich also um ein Convention-Buch, welches neben Einträgen von Freunden und Bekannten auch häufig Zeichnungen enthält. Zudem sind die Bücher oft liebevoll gestaltet, beispielsweise mit Aufklebern der favorisierten Serien. Da viele Teilnehmer von Events aus verschiedenen Orten anreisen und dort neue Menschen kennenlernen, dient das ConHon auch dem Hinterlassen einer Kontaktmöglichkeit.

Obwohl die Szene höchst sozial ist, gibt es eine sehr flache Hierarchie. Unterschieden wird, wie in Szenen üblich, zwischen langjährigen Fans, welche mittlerweile als Veranstalter oder Workshopleiter (Perückenstyling, Nähworkshops etc.) agieren und zwischen Fans, welche eher die Rolle des Rezipienten einnehmen. Personen, die

Events organisieren, genießen jedoch keine Privilegien gegenüber anderen Szenegängern, sondern haben lediglich einen höheren Bekanntheitsgrad in der Szene, da sie häufig auf vielen Events anzutreffen sind oder online besonders aktiv sind (Hitzler et al 51). Auch mediale Aufmerksamkeit bestimmt den Bekanntheitsgrad eines Cosplayers. Rudolf Arnold wird als Deutschlands bekanntester Senior-Cosplayer, welcher durch aufwändige Flügelkonstruktionen großes Interesse auf sich zieht, in zahlreichen Zeitungsartikeln und Fernsehbeiträgen thematisiert (Rebhan).

Charakteristisch für die Cosplaygemeinschaft ist die Offenheit und Toleranz mit denen sie anderen Menschen begegnen (Hitzler et al 48). Der Einstieg in die Szene ist somit für Neulinge sehr leicht, da die meisten Szenegänger ein freundliches, extrovertiertes Wesen haben. Dieser friedliche Umgang miteinander macht Conventions auch für viele Minderjährige attraktiv, weshalb aus Rücksicht auf die junge Zielgruppe immer ein strenges Alkohol- und Tabakkonsumverbot besteht.

Szeneüberschneidungen

Von Außenstehenden wird Cosplay oftmals mit zwei anderen Szenen verbunden – Lolita und Visual Kei. Dabei handelt es sich um japanische Modestilrichtungen. Visual Kei ist ursprünglich ein Subgenre der japanischen Rockmusik. Dort wurden Bands wie Dir en Grey, Malice Mizer oder The Gazette durch ihre schrillen, aufwändigen Kostüme zu modischen Vorbildern für die japanische Jugend. Androgynes Auftreten oder Crossdressing sind unter Visual Kei-Musikern weit verbreitet.

Durch die zunehmende Bekanntheit der Musik in Deutschland aufgrund der Verbreitung der mp3-Dateien im Internet fand dieser Stil auch hier seine Anhänger (Höhn 199). Charakteristische Merkmale sind beispielsweise bunte Haarfarben mit ausgefallenen Haarschnitten, schwarze Kleidung mit Elementen aus der Punkmode und Accessoires wie weiße oder farbige Kontaktlinsen. Auch das Makeup spielt eine entscheidende Rolle für das richtige Auftreten, wobei der

Fokus auf der Betonung der Augen liegt. Anhänger der Visual Kei-Szene bezeichnen sich salopp als »Visus« (Höhn 201).

Ganz anders ist hingegen der Lolita-Stil. Dieser bietet etwa 15 bis 20 verschiedene Genres mit zum Teil sehr unterschiedlichen Merkmalen (*Lolita (Modestil)*). Ästhetische Vorbilder sind zum Beispiel Kleider aus dem Rokoko, Barock und viktorianischen Zeitalter, aber beispielsweise auch Musiker. Bereits in den 1970er Jahren gab es in Japan Boutiquen, die sich auf Lolita-Mode spezialisierten, doch der Stil wurde erst durch Mana, Ex-Gitarrist der Visual Kei-Band Malice Mizer, in den späten 1990er Jahren populär (*Gothic Lolita*). Er kleidet sich stets in eleganten, dunklen Kleidern, was seine Fans inspirierte. Im Jahr 1999 gründete er mit *Moi-même-Moitié* sein eigenes Gothic-Lolita-Modelabel. Verspielte nostalgisch-anmutende dunkle Kleider oder Röcke mit Rüschen, ausgestellt mit weiten Petticoats, Kniestrümpfe zusammen mit süßen, zum Teil morbiden Accessoires wie sargförmigen Handtaschen vervollständigen diesen Stil aus Niedlichkeit und düsteren Gothic-Elementen. Vor allem auffälliger Haarschmuck oder Kopfbedeckungen gepaart mit Korkenzieherlockenfrisuren ist bei den Trägerinnen dieser Mode sehr beliebt. Neben dem Spaß an der Kostümierung und der Freude an der japanischen Kultur sind diese beiden Subszenen der Anime- und Mangafanszene jedoch unabhängig von Cosplay zu betrachten. Sie vertreten unterschiedliche Stile und beschäftigen sich mit anderen Themen wie beispielsweise der Musik (Hitzler et al 52). Lolitas und Visus verabreden sich ebenfalls online zu eigenen Events, während sie auf Anime- und Manga-Conventions meist ihre eigenen Unterevents veranstalten.

Fazit

Obwohl die Cosplayszene in Deutschland noch recht jung ist, hat sie sich bereits fest in der Jugendkultur etabliert. Genaue Erhebungen zu Mitgliederzahlen gibt es bislang nicht, jedoch zeigt die Ausweitung des medialen und kulturellen Angebots für diese Gemeinschaft das stetige Wachstum. Medien dienen Cosplayern als Zentrale, von der aus sie die Facetten ihres Hobbys steuern und auf sich wirken lassen.

Vor allem im Internet vereinen sich die Aspekte in Form von Kommunikation, Präsentation und Aneignung. Es dient der Szene zur Vernetzung und auch zur Bildung verschiedener Untergruppen. Durch die Medienkommunikation können Menschen in die Szene gelangen und bilden die Voraussetzung dafür, in der Szene aktiv zu bleiben.

Dabei schafft das Anime- und Mangafandom nur den Rahmen für Cosplay, da die Auslebung auf verschiedenen Ebenen erfolgen kann. Die Szenegänger finden durch die Medien einen Raum für die Entwicklung und Veränderung ihrer Persönlichkeit als Cosplayer, da die Jugendkultur massiv von den Medien beeinflusst wird.

Ein wichtiger Punkt dabei ist, dass Medien hier auch eine gewisse Öffentlichkeit herstellen. Gerade die Cosplayszene sucht sich visuelle Bühnen wie Fotoalben auf Online-Plattformen, um sich darzustellen. Bei diesem Hobby durchläuft jeder Cosplayer auch den Kreislauf der Medienkulturen: »erstens die Produktion von verschiedenen materiellen und immateriellen Kulturprodukten, zweitens die diskursiven Repräsentationen, die diese ausmachen und drittens die Aneignung dieser Kulturprodukte« (Höhn 194).

Zunächst werden sich für den Zugang Medien angeeignet, indem beispielsweise Manga gelesen werden oder Interesse für bestimmte Charaktere vorhanden ist. Cosplayer produzieren Medien, indem sie beispielsweise selbst Fanfictions schreiben oder Fotografien von ihren Kostümen online stellen. In diesem Fall präsentieren bzw. inszenieren sie sich auch öffentlich und pflegen den Austausch mit anderen Szenegängern, um sich wiederum Dinge anzueignen. Sie lassen ihre Kostüme bzw. kreativen Produkte von anderen Menschen beurteilen und demzufolge auch beeinflussen. Als Cosplayer selbst bewerten sie wiederum auch andere Verkleidungen hinsichtlich ihres kulturellen Kontextes. Das Besuchen von Events stellt einen großen Teil der Aneignung dar, da dort Medien in unterschiedlichsten Formen konsumiert und produziert werden. Die Ausübung des Hobbys ist somit ein Prozess, der sich immer wieder neu aufstellt und ändert.

Literatur

- Animexx. Mitglieder-Statistik. <http://animexx.onlinewelten.com/onlineclub-statistik.phtml> (24. Nov. 2013).
- Animexx. Neo Moon. http://animexx.onlinewelten.com/wiki/index.php/Neo_Moon (24. Nov. 2013).
- Animexx. Statistiken im Cosplay- und J-Fashion Bereich. <http://animexx.onlinewelten.com/cosplay/statistik/> (26. Nov. 2013).
- Die Leipziger Buchmesse und das Lese fest »Leipzig liest« begeistern 237.000 Besucher, 18. Mär 2014. <http://www.manga-comic-con.de/Neuigkeiten/94314> (20. Mär. 2014).
- Dunkelsüß. Gothic Lolita. <http://dunkelsuess.de/site/index.php/Lexikon/GothicLolita> (24. Nov. 2013).
- Dunkelsüß. Lolita (Modestil). <http://dunkelsuess.de/site/index.php/Lexikon/Lolita> (6. Mär. 2014).
- Farin, Klaus. Die Entdeckung des »Teenagers«, 25. Feb. 2010. <http://www.bpb.de/gesellschaft/kultur/jugendkulturen-in-deutschland/36161/die-entdeckung-des-teenagers> (6. Mär. 2014).
- Greiner, Lena. Konsum-Studie: Kinder im Kaufrausch, 6. Aug. 2013. <http://www.spiegel.de/schulspiegel/leben/konsum-studie-kinder-im-kaufrausch-a-915048.html> (7. Mär. 2014).
- Hepp, Andreas. Medienkultur kritisch erforschen: Cultural Studies und Medienanalyse. *Kulturssoziologie. Paradigmen – Methoden – Fragestellungen*. Ed. Monika Wohlrab-Sahar, 227–250. Wiesbaden: VS, 2010.
- Hepp, Andreas. Populäre Medienkulturen: Posttraditionalität und populär kulturelle Vergemeinschaftung. *Inszenierungen, Sinnwelten, Existenzbastler: Ronald Hitzler zum 60. Geburtstag*. Eds. Anne Honer, Michael Meuser und Michaela Pfadenhauer, 341–354. Wiesbaden: Gabler, 2009.
- Hitzler, Ronald, Thomas Bucher und Arne Niederbacher. *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*. Wiesbaden: VS, 2010.
- Höhn, Marco. Visual kei: Vom Wandel einer japanischen Jugendkultur zu einer translokalen Medienkultur. *Medienkultur und soziales Handeln*. Ed. Tanja Thomas, 193–207. Wiesbaden: VS, 2008.
- In Character – Helden erwachen zum Leben*. Regie: Laura Byell und Karishma Caroline Schumacher. 2013. DVD.
- Krotz, Friedrich. Medien als Ressource der Konstitution von Identität. Eine konzeptionelle Klärung auf der Basis des Symbolischen Interaktionismus. *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur*. Eds. Carsten Winter, Tanja Thomas und Andreas Hepp, 27–48. Köln: Halem, 2003.
- Leng, Rachel. Gender, Sexuality, and Cosplay: A Case Study of Male-to-Female Crossplay. *The Phoenix Papers* 1.1 (2013): 89–110.

- Mayring, Philipp. *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. Weinheim: Beltz, 2003.
- Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (mpfs). JIM Studie 2013. <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf13/JIMStudie2013.pdf> (5. Mai 2014).
- Rebhan, Stefanie. Mathelehrer und geflügelter Gott ergänzen sich, 1. Mär. 2013. http://www.schwaebische.de/region/biberach-uhl/uhl/stadtnachrichten-uhl_artikel,-Mathelehrer-und-gefluegelter-Gott-ergaenzen-sich-_arid,5401454.html (23. Nov. 2013).
- Sander, Ralf. Mit »Star Trek« durch jede Krise, 12. Mai 2009. <http://www.stern.de/kultur/film/2-das-phaenomen-trekkies-mit-star-trek-durch-jede-krise-700609.html> (6. Mär. 2014).

Ultras: Der kreative Protest aktiver Fans gegen Kommerzialisierungsprozesse im Fußball

Gabriel Duttler

Konsumption, Partizipation und Kreativität sind Kernaspekte der Fankultur *aktiver Fußballfans* in Deutschland. Als aktive Fans sollen im Folgenden Fans bezeichnet werden, die sich in den Stehplatzbereichen der Stadionkurven engagiert um Stimmung bemühen und zudem ein Recht auf Mitsprache im Verein beanspruchen. Sie wenden sich offen gegen die Kommerzialisierung und Eventisierung des Fußballs und fordern auf kreativen Wegen eigene Partizipations- und Mitbestimmungsmöglichkeiten ein. Interessanterweise hat die seit Anfang der 1990er Jahre verstärkte Kommerzialisierung des Fußballs diese Sportart einerseits salonfähig gemacht und dafür gesorgt, dass das Stadionpublikum sich nun aus weiten Teilen der Gesellschaft speist (Langer 31f), auf der anderen Seite hat sie dazu geführt, dass sich einzelne Gruppen aus der Masse der Stadionbesucher lösen und sich einem intensiven Protest gegen den Ausverkauf »ihres« Sports widmen.

Um einen groben Überblick über verschiedene Ausprägungsformen von Fußballfans zu erhalten, sollen zu Beginn unterschiedliche Arten des Fan-Seins skizziert werden. Darauf folgend werden eben jene aktiven Fans und dabei in erster Linie sogenannte *Ultras* fokussiert. Sie wenden sich energisch gegen den *modernen Fußball* und nutzen für ihre Anliegen auf kreative Weise das Stadion als Ort vereins- und verbandspolitischen Protests. Diese Thematik soll im Anschluss ob ihrer Hintergründe befragt, mittels zweier konkreter Aktionen expliziert und hinsichtlich eines performativen Verständnisses kultureller Handlungen theoretisch angebunden werden.

Unterschiedliche Arten von Fußballfans

Generell ist relativ wenig über Fußballfans bekannt, deren unterschiedliche Subgruppen zudem nicht als homogene Einheiten betrachtet werden dürfen. Zumeist wurden bisher exponierte Gruppen wie Hooligans oder – seit der Jahrtausendwende – Ultras erforscht. Insbesondere über die große Masse des Stadionpublikums gibt es hingegen kaum Studien (Brenner 16).

Bereits seit den 1970er Jahren wird der *Kuttenfan* beschrieben, der sich durch eine intensive Zurschaustellung seiner Fanzugehörigkeit über Schals, Aufnäher, Mützen, Fahnen und weitere Fanutensilien auszeichnet. Kuttenfans wird nachgesagt, ihre Mannschaft spielverlaufsbezogen zu unterstützen, das Spiel und vor allem dessen Ergebnis in den Mittelpunkt ihres Fan-Seins zu stellen und situativ mit Fans anderer Mannschaften oder der Polizei in Konflikte zu geraten (Sommerey 40). Die Orientierung an England und den dortigen *firms*, die zunehmende Distanz zwischen Spielern und Fans sowie erste Anzeichen der Kommerzialisierung des Fußballs führten ab Ende der 1970er Jahre dazu, dass Fans (gerade auch Kuttenfans) sich nur noch schwer mit der eigenen Mannschaft identifizieren konnten und neue Erlebnispotenziale im Rahmen von Fußballspielen aufsuchten (Brauer 22f).

Für die *Hooligans* steht neben dem Spiel an sich im Besonderen die körperliche Auseinandersetzung mit gewaltbereiten Fans der gegnerischen Mannschaft im Vordergrund. Einigen Hooligans wird dabei ein rechtsextremistisches Weltbild zugeschrieben (Gabler 26). Unklar bleibt indes, ob generell ein klarer Zusammenhang zwischen Hooliganismus und rechtsextremem Gedankengut besteht. Während die Handgreiflichkeiten in den 1980er Jahren noch in den Stadien stattfanden, verlagerte sich dies aufgrund der ab den 1990er Jahren verschärften Überwachungssituation auf Bereiche außerhalb (Vieregge 20). Auch der nun möglichst unauffällige, aber oftmals recht teure Kleidungsstil (casual-Stil) war der verstärkten Kontrolle geschuldet (Giurgi 19f). Ab Mitte der 1990er Jahre ist eine Abnahme des Einflusses der Hooligans innerhalb der deutschen Fanszenen zu verzeichnen. Ein Grund dafür ist die Abkehr von der englischen Fankultur, die durch politischen Druck merklich verändert wurde und so

nicht mehr als Orientierungsmaßstab dienen konnte; ein anderer Grund ist die in den 1980er Jahren beginnende sozialpädagogische Arbeit mit Fans in *Fanprojekten*.

Mit Beginn der 1990er Jahre entwickelten sich ausgehend von der ausgeführten Kontrollsituation im Stadion und der fortschreitenden Kommerzialisierung des Sports (zum Beispiel Einführung der Champions League 1992) kritische Gruppen von Fans, die sich fortan für den Erhalt ihrer Fankultur engagierten (Czoch 69). Besonders hervorzuheben ist dabei der Einsatz gegen Rassismus, Sexismus und Kommerzialisierung des Bündnisses aktiver (vormals antirassistischer) Fußballfans (BAFF), das hierbei sicher eine Vorreiterfunktion einnimmt.

Neben einer kritischen Distanz zu den Entwicklungen im Zuge des modernen Fußballs kamen seit Beginn der 1990er Jahre über sogenannte *Groundhopper* – Fußballfans, die in möglichst vielen verschiedenen Stadien Spiele sehen möchten und dazu weite Reisen auf sich nehmen – verstärkt Elemente der italienischen Fankultur nach Deutschland. Diese ging aus den Demonstrationskulturen der 1960er Jahre hervor und beinhaltet somit Protest und Provokation als inhärente Bestandteile (*Ultra-Bewegungen* 179). Im Zuge dieser *kritischen Fans* breiteten sich auch die Elemente der Ultra-Kultur in Deutschland aus und dominieren seit Beginn der 2000er Jahre die Fankurven.

Ultras – Alles für den Verein

Ultras sind, wie die anderen kurz skizzierten Gruppen auch, nicht als eine homogene Fankultur zu begreifen. Es gibt jedoch einige wenige zentrale Grundsätze, die im Folgenden ausgeführt werden sollen.

Ultras setzen sich vehement für ihren Verein und ihre Stadt ein (Groß 171). Dies geschieht zum einen durch lautstarken Support im Stadion im Wettstreit mit den Fans der gegnerischen Mannschaft, zum anderen durch kritische Betrachtung der Spieler, Vereinsakteure oder Sportverbände. Da in der heutigen Zeit Funktionäre und Spieler häufig den Club wechseln, sehen sich Ultras und aktive Fans als Konstante, die den Verein zusammenhält, dessen Tradition bewahrt

und daher über größere Rechte verfügt als andere Fans (Ruf 10). So nehmen sie den Kern der aktiven Fankurve für sich in Anspruch und koordinieren von dort die Unterstützung der Mannschaft mittels Megafon und Podest. Dabei steht jede Gruppe hinter ihrer Zaunfahne und verteidigt diese und deren Platz – je mehr in der Mitte des Blocks, desto bedeutender die Gruppe – im Notfall auch durch körperliche Auseinandersetzungen (Langer 51). Sie sehen sich jedoch nicht nur als Gruppen, die den Spieltag miteinander verbringen und ihr Team überall (zum Beispiel auch in Trainingslagern) unterstützen, sondern als feste Gemeinschaften, die sich oftmals täglich treffen und zusammen in den jeweiligen Gruppenräumen Choreographien planen, Fahnen nähen oder anderweitig ihre Freundschaft gestalten (Gabler 57).

Das intensive Ausleben ihrer Subkultur, ihr großes Engagement und inbrünstiger Support der Mannschaft weisen einen Weg hin zu den Problemfeldern ihrer Kultur, die durchaus bestehen, jedoch teilweise medial überzeichnet werden (Glindmeier 194). Zum einen beinhaltet die Ultra-Kultur bereits aus ihrer historischen Genese heraus einen engen Zusammenhang mit Mitsprache und Protest. Dies kann zu Konfrontationen mit Polizei oder Funktionären führen, zum Beispiel wenn Ultras aus Widerstand gegen eine exzessive Personendurchsuchung Kontrollpunkte im Einlassbereich der Stadien im Pulk überlaufen (Kathöfer, Kotthaus 155). Zum anderen entwickeln sich in den Ultra-Gruppen rigide Normen und Werte, die konsequent verteidigt werden. So ist zu erklären, dass Ultras immer wieder in körperliche Auseinandersetzungen mit anderen Ultra-Gruppen oder der Polizei verwickelt sind (Langer 47). Gerade mit letzterer hat sich über die Zeit ein Verhältnis entwickelt, das durch gegenseitige Geringschätzung gekennzeichnet ist und als äußerst angespannt bezeichnet werden kann (Linkelmann, Thein 102f). Konflikte mit anderen Gruppen ergeben sich häufig aus regionalen Rivalitäten und dem Usus, andere Ultras durch das Entwenden der Zaunfahne oder anderer Supportmaterialien zu demütigen (Sommerey 77). Diese Problemfelder der Ultra-Kultur sind von großem gesellschaftlichem Interesse und sollten in zukünftigen Forschungsarbeiten weiter aufgearbeitet und wissenschaftlich untersucht werden. In dem vorliegenden Beitrag werden jedoch, der Gesamthematik des Sammel-

bands Rechnung tragend, die positiven Seiten der Ultra-Fankultur und dabei insbesondere das Streben nach Partizipation und dessen kreative Umsetzung im Stadion fokussiert.

»Reclaim the game« oder das Recht auf Authentizität

Die seit Mitte des vergangenen Jahrhunderts sich stetig ausweitende Professionalisierung des Fußballs führte zu einer immer größeren Kluft zwischen Spielern und Fans. Die Identifikation mit den Spielern, die zu Beginn der Bundesliga noch aus dem regionalen Umfeld der Vereine stammten, wurde und wird immer schwerer. Diese große Distanz zu den Spielern ließ die Wichtigkeit des Vereins und der Stadt für die Fans anwachsen und zum Identifikationszentrum werden (*Spieler kommen* 8f).

Die Kommerzialisierung des Fußballs machte jedoch bei der Einführung des Profitums für Fußballer nicht halt: Die Verbände und Vereine fungieren mittlerweile als wirtschaftliche Großunternehmen, die in erster Linie profitorientiert arbeiten. Dieser Umstand beißt sich mit der bewahrenden und traditionsbewussten Einstellung der Ultras und aktiven Fans, die sich vehement gegen den Verkauf von Stadionnamen, gegen die Änderung des Vereinswappens aus marketing-strategischen Aspekten, gegen die Zerstückelung des Spieltages aus Gründen der TV-Quoten oder gegen die Übernahme von Vereinen durch Großinvestoren wenden (Czoch 68f). Denn in ihrer Suche nach verbleibenden Identifikationspunkten sind es gerade diese historisch gewachsenen Vereinstraditionen, die authentisch, nicht nach Gewinnmaximierung ausgerichtet und daher von enormer Wertigkeit sind. Zudem erschweren speziell die Spielansetzungen an den Sonn- und Montagabenden die Teilnahme vieler Fans, da dies oftmals aufgrund der langen Reisewege zu Schwierigkeiten bezüglich der am Folgetag zu verrichtenden beruflichen Aufgaben führt.

Schon seit Mitte der 1990er Jahre hat sich aus diesen Gründen unter aktiven Fußballfans das Motto »Reclaim the game« (Holt euch das Spiel zurück) etabliert, das den Anspruch auf Mitsprache und

Partizipation verdeutlicht (Schulze-Marmeling 225f). Bekannte Initiativen hinsichtlich dieses Mottos sind »Kein Zwanni – Fußball muss bezahlbar sein!« (gegen Ticketpreiserhöhungen) oder »Pro 15:30« (für eine gut zugängliche Anstoßzeit für alle Partien einer Liga), eine Aktion aus der sich der heutige Fanverband ProFans entwickelt hat.

Auf zwei Kampagnen aktiver Fans wird im weiteren Verlauf des Beitrags noch eingegangen.

Kreative Mittel des Protests und der Meinungsäußerung

In erster Linie findet der Protest der Ultras in den Stadien statt. So machen sie mittels Liedern, Spieltagsflyern, Plakaten, Spruchbändern oder ganzen Choreographien auf Missstände aufmerksam oder fordern ihre Mitsprache bei sport- und vereinspolitischen Entscheidungen ein (Gabler 60f). Während sich die Lieder und Spruchbänder im Schwerpunkt auf eine rhetorische Kreativität beziehen, wirken die teilweise einen Großteil des Stadions einschließenden Choreographien primär durch ihre optische Gestaltung. Beachtlich sind dabei die Größe, der Materialaufwand und der Weitblick der Protagonisten, die hinsichtlich der zu zeichnenden Proportionen, der großen Anzahl an beteiligten Menschen und des Zusammenspiels unterschiedlicher Anteile einer Choreographie eine Vielzahl an Variablen berücksichtigen müssen, um das Gesamtkunstwerk zu arrangieren (Sommerey 79). Thematisch geht es dabei häufig um Protest gegen vereinspolitische Entscheidungen, Pläne der Verbände oder allgemein gegen die kommerzielle Ausbeutung der Fußballkultur. Choreographien dienen natürlich nicht nur dem Zweck, auf Missstände aufmerksam zu machen, sondern beinhalten vor allem auch intensive Supportelemente, welche die Mannschaft anfeuern und die restlichen Stadionbesucher elektrisieren sollen.

Spieltagsflyer sind Kommunikationsmedien der Ultras, die zu den Spielen gefertigt werden und die Fankurve über das anstehende Spiel und Hintergründe zu geplanten Aktionen informieren (Linkelmann, Thein 92).

Neben den Liedern in den Fankurven hat sich eine ansehnliche Szene ultra-orientierter Musik (vermehrt Hip Hop) entwickelt. Insbesondere der Frankfurter Rapper Vega scheint diesbezüglich eine Vorreiterposition einzunehmen, der nun auch andere Musiker folgen. Dabei werden Elemente der Hip Hop-Kultur in das Erfahrungsfeld der Ultras transferiert und so im Kontext bestehender Missstände wie erlebter Repression oder medialer Panikmache verwendet (*Fußballfans sind keine Verbrecher* 49). Wie auch bei anderen Subkulturen liegt die Schwierigkeit für die Musiker darin – trotz des mit ihrem Beruf verbundenen Strebens nach ökonomischem Ertrag – authentisch und szenenah zu bleiben und ihre Kultur nicht zu verkaufen. Die Reichweite der Ultra-Musik und -kultur zeigt sich darin, dass Vega mittlerweile Spitzenpositionen in den Charts einnimmt (Göbel).

Fast alle Gruppen fertigen zudem *Fanzines* an (im mehrmonatlichen Rhythmus), in denen sie zu aktuellen Entwicklungen Stellung nehmen oder Geschehenes Revue passieren lassen. Dabei werden häufig hinsichtlich des Schnipsel-Layouts (Collage aus einzelnen Text- und Bildschnipseln) Elemente der Punk-Fanzines übernommen (*Von den Wurzeln ins Netz* 227). Die Auflagen der Fanzines schwanken je nach Szene zwischen wenigen hundert bis einigen tausend Stück. Wiederum sind enormes Engagement und Einsatz für die eigene Sache gefragt, da sich die Produktion meist gerade mittels der Verkaufspreise trägt.

Beispiele und Initiativen

Um die beschriebenen Zusammenhänge zu verdeutlichen und zu konkretisieren, sollen im Folgenden Initiativen aktiver Fußballfans dargestellt werden, die sich gegen die im modernen Fußball stark forcierte Kommerzialisierung und Eventisierung wenden beziehungsweise einen aktiven Mitsprache von Fans fordern. Dabei soll zuerst eine überregionale Kampagne ausgeführt werden, die gerade auch deswegen so interessant ist, da sich hinter einem gemeinsamen Motto Ultras und aktive Fans unterschiedlicher, teilweise »verfeinde-

ter« Gruppen versammeln. Danach wird ein kleineres, regionales Projekt beschrieben.

12:12: Schweigen als kreativer Akt

Das Relegationsspiel der Saison 2011/2012 Fortuna Düsseldorf gegen Hertha BSC Berlin verursachte einen enormen medialen und politischen Druck auf Vereine und Verbände hinsichtlich der »bürgerkriegsähnlichen« Zustände während der Spiele (Paul). Schon in der ersten Halbzeit hatten Bengalische Feuer aus der Kurve der Hertha-Fans zu einer Spielunterbrechung geführt. Kurz vor Spielende verließen dann Düsseldorfer Fans wegen des vermeintlichen Schlusspfeiffs zu früh die Kurven in Richtung Spielfeld, um nach 15 Jahren Abstinenz den Wiederaufstieg in die 1. Bundesliga zu feiern und sorgten so für eine erneute Unterbrechung sowie gerade noch reguläre letzte Spielminuten. Der mediale Aufschrei war enorm, und Politiker erhöhten den Druck auf die Vereine und Verbände, über ein neues Sicherheitspapier der Situation rund um die aktiven Fans und insbesondere der Ultras Herr zu werden (Spiller). Dieses wurde sogleich von der neu eingeführten »Kommission Sicherheit« des Ligaverbands ausgearbeitet und stieß bei den aktiven Fans und Fanverbänden auf große Ablehnung (*Fans gegen DFL-Sicherheitskonzept*). Kritikpunkte waren speziell die Möglichkeit von Ganzkörperkontrollen in dafür errichteten Zelten, die Verschärfung der Stadionverbotsvergabe, Möglichkeiten der Einsicht für den Ligaverband in polizeiliche Untersuchungen oder die Anwendung von Kollektivstrafen. Zudem wurden die Fans selbst in die Konzeption nicht eingebunden (Buschmann). Begleitet wurde das Sicherheitspapier durch Drohszenarien, Polizeikosten auf die Vereine umzulegen oder, bei fehlender Kooperation der Vereine, Sicherheitsvorschriften vorzugeben. Somit trauten sich nur einige wenige Vereine, kritische Äußerungen kundzutun oder sich bezüglich des Sicherheitspapiers querzustellen (sport1). Nach einer ersten Einsicht und Diskussion durch die Vereine sollte das Sicherheitspapier mit einer Sitzung am 12. Dezember 2012 nach nochmaliger Überarbeitung verabschiedet werden. Mit Bekanntwerden der Bestrebungen innerhalb des Sicherheitskonzepts

formierte sich in den aktiven Fanszenen der Widerstand. Die Folge dessen war ein übergreifender Fan-Gipfel, an dem am 1. November 2012 in Berlin die aktuellen Geschehnisse diskutiert wurden (Reisin). Parallel trafen sich weitere Vertreter aktiver Fangruppen ebenfalls in Berlin, um die Art und Weise eines konstruktiven Protests zu diskutieren. Dabei kam es zur Gründung der Initiative »12:12 Ohne Stimme keine Stimmung«, die im Namen Bezug auf das Datum der Entscheidung über die vom Ligaverband gemachten Vorschläge nimmt (Carstensen). Zentraler Inhalt der Initiative, an der Vertreter verschiedener Ultra-Gruppen beteiligt waren, war ein Stimmungsboykott über die ersten zwölf Minuten und zwölf Sekunden eines jeden Spiels an drei Spieltagen Ende November und Anfang Dezember (*Zwölf Minuten Schweigen*). Stille wurde dabei zum mächtigen und »lauten« Protestmittel, das nach Ablauf der gut zwölf Minuten mit enormem Support und frenetischer Anfeuerung konterkariert wurde. Erstaunlich ist dabei vor allem die szeneübergreifende Zusammenarbeit der Ultra-Gruppen, die an einer gemeinsamen Sache arbeitend, Streitigkeiten und Animositäten der Vergangenheit ruhen ließen (Fritz). In diesem Kontext muss darauf hingewiesen werden, dass es auch Szenen gab, die eine übergreifende Zusammenarbeit aus politischen Gründen ablehnten. So zum Beispiel die Aachen Ultras (ACU), die jegliche Kooperation mit an der Aktion durchaus beteiligten sogenannten »rechtsoffenen« Gruppen verweigerten (Ruf 160).

Es gelang, annähernd an allen Standorten der drei Profiligen den Block angemessen über die Aktion zu informieren, weitere Fans diesbezüglich ins Boot zu holen und das gemeinsame Schweigen von tausenden von Menschen zu koordinieren. Eben dieser Rückhalt in der gesamten Fanszene mag einen Hinweis auf die Akzeptanz des Protests und dessen inhaltlicher Ansätze geben (Hummel). Zudem konnte durch diese friedliche Inszenierung das Bild der Fans und Ultras in den Medien deutlich verändert werden. Die »Taliban der Fans« (Zitat Sandra Maischberger in ihrer Talkshow von 22.05.2012, vgl. Groß 169) erfuhren auf einmal in Teilen der Medien Anerkennung für ihren Zusammenhalt und die Kreativität des Protests (Reinke). Nichtsdestotrotz erhöhte sich der politische Druck auf den Ligaverband und die Vereine durch die Innenministerkonferenz Anfang Dezember weiter. Ein Scheitern des Sicherheitspapiers oder eine von

den Fans ebenfalls geforderte Entscheidungsverschiebung waren quasi nicht mehr möglich. Die Fankurven blieben dennoch weiter still, Resignation war nur vereinzelt wahrnehmbar. Trotz des Protests einzelner Vereine wurde das Sicherheitspapier schlussendlich am 12. Dezember verabschiedet (*Fußball-Fans ohne Stimme*). Somit wurde das eigentliche Ziel der Kampagne nicht erreicht. Was jedoch bleibt, sind eindruckliche Momente der Stille im Kontrast zum Support nach gut zwölf Minuten und speziell ein Statement der gesamten aktiven Fanszene, dass sie für ihre Kultur einsteht und sich über die Grenzen der Vereinszugehörigkeiten hinaus organisieren sowie kreativ und ohne Gewalt Widerstand zu leisten vermag (Hellmann). In diesem Sinne kann die Initiative also durchaus als erfolgreich bezeichnet werden, weil die Potenziale gemeinsamer Aktionen aufgezeigt und das öffentliche Bild der Ultras in Teilen der Gesellschaft geändert wurden.

Max-Morlock-Stadion jetzt!

Neben überregionalen Aktionen engagieren sich aktive Fans vor allem hinsichtlich des eigenen Vereins und dessen Gestaltung. Als Beispiel hierfür soll nun die Kampagne »Max-Morlock-Stadion jetzt!« der aktiven Fanszene des 1. FC Nürnberg rund um die Gruppierung Ultras Nürnberg beschrieben werden. Es geht in der Kampagne im Kern darum, den Ausverkauf des Stadionnamens, der sich seit 2006 nicht weniger als drei Mal änderte, zu stoppen und die Spielstätte nach Max Morlock, unter anderem Weltmeister 1954 mit Deutschland und rund 900 Spiele für den 1. FCN zwischen 1940 und 1964, zu benennen (Bausenwein, Kaiser, Siegler 171f). Während die Fans das Stadion informell bereits mit der Namensübernahme durch easyCredit (2006) in einer regelrechten Taufe nach Max Morlock benannten (Schrage), gründete sich die Initiative »Max-Morlock-Stadion jetzt!« in der Sommerpause 2011 in dem Wissen, dass easyCredit nach der damals anstehenden Saison den Vertrag hinsichtlich des Stadionnamens nicht verlängern würde. Es gab zwar auch vor der Saison 2011/2012 immer wieder Aktionen in Richtung Max-Morlock-Stadion – wie beispielsweise einen Flashmob vor einer be-

kannten Nürnberger Bank, die von einem möglichen Stadionsponsoring abgehalten wurde – jedoch wurde eben diese Saison besonders intensiv genutzt, um auf die Aktion aufmerksam zu machen. So wurden riesige Choreographien, Spruchbänder, eine Kundgebung vor dem Stadion, mehrere Aktionsspieltage, T-Shirts für die komplette Kurve beim Auswärtsspiel in Wolfsburg und eine Petition auf der eigens eingerichteten Homepage initialisiert (Kirschneck). Nach halbjährigem neutralem Namen (Stadion Nürnberg) konnte auch ein weiterer Aktionsspieltag zur Unterstützung der Kampagne eine Umbenennung in Grundig-Stadion Anfang 2013 nicht verhindern (Hof-er).

Jedoch ließen sich die Fans auch davon nicht erschüttern und forcierten weiter das Bemühen um ihr Stadion mittels zusätzlicher origineller Aktionen: Neben einer großen Fandemonstration mit Kundgebung am Aktionsspieltag wurden beispielsweise die Namen wichtiger Nürnberger Bauwerke symbolisch versteigert, um so die Situation der Fans transparent zu machen und auf sarkastische Art und Weise den Stellenwert des Stadions zu verdeutlichen (stw). Des Weiteren wurden im Rahmen der Bundestagswahl 2013 eigene Plakate gefertigt, die das Thema »Stadionname« innerhalb des Wahlkampfes positionieren sollten. Die Kampagne läuft aktuell noch weiter und wird wohl auch erst mit Änderung des Stadionnamens in Max-Morlock-Stadion enden.

Fankulturelle Ausdrucksformen als kulturelle Performance

So befremdlich das Handeln gewaltaffiner Fußballfans anmutet, so beachtenswert ist das Streben nach kultureller Verwirklichung und künstlerischer Darstellung eines Großteils der Szene. Die Fans erstellen Zeitschriften, verfassen Rap-Texte und nutzen bei Choreographien die Bühne des Stadions als »spezifischen Raum performativen Handelns« (Wilke 455), welcher angesichts der großen medialen Präsenz über eine besondere Eignung zu verfügen scheint. Dabei stehen jedoch nicht nur das Schaffen eines kunstvollen Erzeugnisses, son-

dern auch das gestalterische Erfahren an sich und, im Sinne einer Performance-Kunst, die Teilhabe der Zuschauer, die bei Choreographien im Stadion aktiv eingebunden werden, im Vordergrund. So haben sich gerade Ultra-Gruppen auf die Fahne geschrieben, den ganzen Block zu motivieren, in ihren Support einzubinden und so eine ganz bestimmte (Gänsehaut-)Atmosphäre zu erzeugen (Brauer 28f). Fan-Kunst im Kontext von Fußballfankultur wird jedoch bisher kaum gewürdigt oder mit anderen Künsten mittels übergreifender Theorien verbunden. In diesem Abschnitt soll über die Begriffe Performance und Performativität, die insbesondere in den Theaterwissenschaften Verwendung finden, nach Verbindungen gesucht werden (*Performativität und Ereignis* 15). Denn als einigendes Element kann das Bestreben aufgefasst werden, einen spezifischen Sinngehalt, eine Message – bei aktiven Fußballfans, wie aufgezeigt, oftmals im Sinne eines Protests oder Widerstands – unter Einbezug einer vormals passiven Menschengruppe zum Ausdruck zu bringen; es wird somit der »Aufführungscharakter von Kultur« (*Performativität: Eine Einführung* 29) genauer betrachtet.

»Performativität« kann zum Kennwort werden für eine Sprachbetrachtung, die [...] sich mit dem Phänomen der Sprachlichkeit auf eine Weise auseinandersetzt, bei der an die Stelle der Virtualisierung von Sprache und Kommunikation, wie sie für kompetenzorientierte Theorien charakteristisch ist, das Leitbild der »verkörperten Sprache« treten kann. (Krämer 344).

Neben einer semiotischen Perspektive – ein bestimmter Inhalt soll medial durch Gesänge, Fanzines oder Choreographien transportiert werden – erscheint eine performative Betrachtung der fankulturellen Ausdrucksformen reizvoll, in welcher »der Ereignis-, Aufführungs- und Vollzugscharakter von Kulturen betont« (Kleiner 41) wird. Unter Bezug auf Habermas' *kommunikative Handlung* wird dabei das Zusammenfallen von Sprechen und Handeln beziehungsweise Aufführung und Ausführung im Sinne eines transformativen Prozesses, in welcher der »Sprechakt [...] ein Vollzug von Handlung mit Bindungswirkung ist« (Diaz-Bone 10) als zentrales Charakteristikum ausgemacht.

»Der Begriff des Performativen bezeichnet die Eigenschaft kultureller Handlungen, selbstreferentiell und wirklichkeitskonstituierend

[zu] sein« (Fischer-Lichte, Kolesch, Warstat 234). Somit können performative Äußerungen weder richtig noch falsch sein, sondern in ihrem je speziellen Kontext als Handlungen entweder glücken – wenn beispielsweise der gesamte Block in das angestimmte Lied des Vorsängers einstimmt – oder misslingen (Kleiner 15). Ausschlaggebend für das Gelingen performativer Äußerungen ist deren Wiederholung sowie Ritualisierung und dadurch identitätsbildende Wirkung (Krämer 331). So genügt meist schon ein kleines Handzeichen des Vorsängers, um den restlichen Fans die folgenden Bewegungen und Liedtexte anzukündigen. Doch auch der Umgang mit neuen sozialen Situationen ist wichtiger Bestandteil performativer Handlungen, da sich innerhalb der wiederkehrenden Symboliken und Aktivitäten jede Interaktion zwischen den vorgebenden Protagonisten und den restlichen Fans auf je einzigartige Weise und somit flüchtig und unwiederholbar konstituiert (*Performativität und Ereignis* 17). Trotz aller Planungen und Inszenierungen bleibt also ein zentrales Merkmal des Performativen seine Unvorhersehbarkeit (*Performativität: Eine Einführung* 75f), die sich im Falle von Fußballfans auch aus der Dramaturgie und Spannung des Spiels selbst speist. Es geht also letztlich um die Handhabung von nicht völlig kontrollierbaren Umständen zwischen Einzigartigkeit und ritueller Inszenierung sowie zwischen Innovation und Tradition. Gerade im Kontext aktiver Fußballfans ist dies ein interessanter Aspekt, da ihr Verteidigen traditioneller Werte und Symbole über den bewahrenden Anspruch hinausgeht und hinsichtlich einer sich ausweitenden und als Bedrohung wahrgenommenen Kommerzialisierung des Sports in einer modernisierenden Form der Re-Traditionalisierung mündet; so wird in verschiedenen Szenen (zum Beispiel Wolfsburg und Stuttgart) die Rückkehr zum alten Vereinswappen gefordert, das im Laufe der Jahre stilistisch immer wieder überarbeitet und modifiziert wurde. Fischer-Lichte (*Performativität: Eine Einführung* 87f) verweist zudem auf die Eigenschaft der Ambivalenz performativer Prozesse, die sich zwischen eigener Aktivität und »passiv erlittenem Geschehenlassen« (88) sowie zwischen Erschaffen und Zerstören vollziehen. So sind gerade Protestkulturen durch eine Destruktion der bestehenden Ordnung und ein darauf folgendes Besetzen der vakanten Räume und Freiheiten charakterisiert. Dabei spielt die Inszenierung des Protests, der sich im Spannungsfeld zwi-

schen friedlicher Demonstration und Gewalteskalation konstituiert (*Performativität: Eine Einführung* 82), hinsichtlich seiner Wirksamkeit eine entscheidende Rolle (Horn, Warstat 395). In dieser beschriebenen engen Kopplung von Aussage und Vollzug, der »Übereinstimmung von Welt und Wort« (Seier 42), finden aktive Fans möglicherweise sehr authentische Momente gemeinschaftlicher Verwirklichung, die für sie gerade hinsichtlich ihres Protests und Widerstands gegen einen Verlust an Identifikationspunkten durch eine starke ökonomische Orientierung so reizvoll und wichtig anmuten und so ihr großes persönliches Engagement erklären (Gergen, Gergen 4). Der somit »gelebte Protest« von Ultras und aktiven Fans zeigt sich auch in der großen Emotionalität, die durch performative Prozesse ausgelöst wird (*Performativität und Ereignis* 28), und kann so eine Erklärung für spezifische Verhaltensweisen im Umgang mit Vorschriften oder Anweisungen liefern. Denn Affektivität und starke Emotionen können eine kognitive Selbstreflexion deutlich erschweren (Brosda, Schicha 335). So beschreibt beispielsweise Canetti in seinem Werk *Masse und Macht* sehr anschaulich die Gefahr der unhinterfragten »Zerstörungssucht« (16f) von Menschenmassen; dies könnte ein Erklärungsansatz für ein gemeinschaftliches Skandieren diskriminierender oder diskreditierender Formulierungen einzelner Fangruppen sein.

Eine besondere Verbindung besteht zwischen performativem Handeln und den vermittelnden Medien, welche die »historische Grammatik des Performativen« (Krämer 345) ausmachen und zu diesem in reziproker Interdependenz stehen. Der Begriff »Medien« ist dabei nicht auf Massenmedien beschränkt und bezieht sich in seiner Bedeutung auf die Inszenierung von Gesellschaft und Kultur (Kleiner 21). Medien sind daher »immer Medien der Verkörperung bzw. der Inkorporation« (Krämer 345). In einer Performance können unterschiedliche mediale Zugänge gefunden werden, wobei im Zentrum die Interaktion zwischen den vorgebenden Akteuren und, im Kontext Fankultur, dem Rest des Fanblocks steht, der unmittelbar und simultan eingebunden wird (Kleiner 18).

Diese Ausführungen legen nahe, dass die Betrachtung kreativer Protestformen von aktiven Fußballfans als performative Prozesse und eine ausführlichere kontrastierende Auseinandersetzung hinsicht-

lich der zukünftigen (vergleichenden) Forschung fruchtbare Ergebnisse hervorbringen können.

Fazit und Ausblick

Wie in dem vorliegenden Beitrag beschrieben, handelt es sich bei Ultras um weit mehr als die oftmals in den Medien angeprangerten Gewalttäter. Zwar sind die Themen Gewalt und Randalie durchaus als Problemfelder dieser Kultur zu bezeichnen, jedoch ist diese keinesfalls nur darauf beschränkt. Denn darüber hinaus sind Gemeinschaft, Zusammenhalt, Leidenschaft und Engagement Kernelemente der Ultra-Kultur. Insbesondere wurde in diesem Beitrag ihr Streben nach Mitsprache und Teilhabe ausgeführt, das sich durch zahlreiche kreative Aktionen ausdrückt. Es scheint also eine Sub-, Jugend- und Lebenskultur gefunden, die sich aktiv in gesellschaftliche Entscheidungen einbringen möchte, eigene Werte und Normen aufweist und sich darüber hinaus auch sozial einsetzt, zum Beispiel für karitative Zwecke (*Eine notwendige Erfindung* 54).

Zudem liegt gerade in ihrem Protest ein besonderes Potenzial: Einerseits, weil Protest und Widerstand wichtige Elemente demokratischer Gesellschaften sein können, die sich immer wieder reflektieren müssen und so im besten Fall konstruktive Kritik erfahren (Egg 125f). Andererseits können in dem Verhalten aktiver Fans und Ultras Elemente bürgerlicher Mündigkeit und persönlicher Bildung gefunden werden (Lederer 84f). Denn gerade für junge und jüngere Menschen, die oftmals einen großen Teil der Ultra-Gruppen ausmachen, ist es ein wichtiger Teil des Erwachsenwerdens, sich kritisch mit der Hegemonialkultur der Eltern und Älteren auseinanderzusetzen, Reibungspunkte zu finden und so letztlich zu der individuellen Weltanschauung zu gelangen (Brake 168). Diese Bildungsprozesse finden bei Ultras im Spannungsfeld zwischen Authentizität, Protest und Kunst statt und wurden daher in einen Bezug zu performativen Prozessen und Performativität als fruchtbare theoretische Ansatzpunkte für eine vergleichende Fanforschung gebracht.

Die genannten Punkte zeigen auf, dass sich in der Ultra-Kultur – neben kritisch zu betrachtenden Aspekten wie zum Beispiel der Gewaltfaszination eines Teils der Szene (Ruf 11) – gesellschaftlich wichtige Werte entwickelt haben, die oftmals auf kreative Art und Weise bei den jeweiligen Ansprechpartnern eingefordert werden. Dementsprechend könnte der Titel des vorliegenden Sammelbands folgendermaßen abgewandelt werden: *Nicht konsumieren, sondern partizipieren und kreieren!*

Literatur

- Bausenwein, Christoph, Harald Kaiser und Bernd Siegler. *Die Legende vom Club: Die Geschichte des 1. FC Nürnberg*. Göttingen: Die Werkstatt, 2006.
- Brake, Mike. *Soziologie der jugendlichen Subkulturen: Eine Einführung*. Frankfurt/New York: Campus Verlag, 1981.
- Brauer, Marcus. *Foulspiel auf den Rängen: Prävention von Gewalt in der Fußballfanszene*. Hamburg: Diplomica, 2010.
- Brenner, David. *Neues aus der Fankurve: Wie Ultras und andere Fangruppierungen die Fankultur verändern*. Marburg: Tectum, 2009.
- Brosda, Carsten und Christian Schicha. Politikvermittlung als »Event«-Marketing: Zur Performativität politischer Inszenierungen am Beispiel von Parteitagen und Protestaktionen neuer sozialer Bewegungen. *Performativität und Ereignis*. Eds. Erika Fischer-Lichte et al, 319–338. Tübingen: A. Francke, 2003.
- Buschmann, Rafael. Debatte über Fußballfan-Gewalt: Mit Sicherheit am Ziel vorbei, 25. Okt. 2012. www.spiegel.de (17. Okt. 2013).
- Carstensen, Jörg. 12 Minuten und 12 Sekunden Schweigen: Fans protestieren, 22. Nov. 2012. www.focus.de (17. Okt. 2013).
- Canetti, Elias. *Masse und Macht*. Düsseldorf: Claasen, 1981.
- Czoch, Peter. Wandel der Fanidentitäten im Zuge kommerzieller Entfremdung. *Ultras im Abseits? Porträt einer verwegenen Fankultur*. Eds. Martin Thein und Jannis Linkelmann, 68–75. Göttingen: Die Werkstatt, 2012.
- Dembowski, Gerd. Spieler kommen, Trainer gehen – Fans bleiben: Kleine Standortbestimmung des Fußballfans. *Ballbesitz ist Diebstahl: Fans zwischen Kultur und Kommerz*. Ed. Bündnis aktiver Fußballfans (BAFF), 8–34. Göttingen: Die Werkstatt, 2004.
- Dembowski, Gerd. Von den Wurzeln ins Netz: Wege der alternativen Fanzine-Kultur. *Ballbesitz ist Diebstahl: Fans zwischen Kultur und Kommerz*. Ed.

- Bündnis aktiver Fußballfans (BAFF), 227–240. Göttingen: Die Werkstatt, 2004.
- Dembowski, Gerd. Eine notwendige Erfindung des Selbst: Anmerkungen zur Identitätsbildung von Ultras als individualisierte Gemeinschaften. *Ultras im Abseits? Porträt einer verwegenen Fankultur*. Eds. Martin Thein und Jannis Linkermann, 54–67. Göttingen: Die Werkstatt, 2012.
- Diaz-Bone, Rainer. Die Performativität der qualitativen Sozialforschung [26 Absätze]. *Forum Qualitative Sozialforschung* 12.2 (2011): Art. 22.
- Egg, Peter. »Teil-haben«, nicht nur »teil-nehmen«: Warum »Partizipation« ein pädagogisches Kernziel bleiben muss. *Teil-Nehmen und Teil-Haben: Fußball aus Sicht kritischer Fans und Gesellschaftswissenschaftler*. Ed. Bernd Lederer, 104–126. Göttingen: Die Werkstatt, 2010.
- Fischer-Lichte, Erika. Performativität und Ereignis. *Performativität und Ereignis*. Eds. Erika Fischer-Lichte et al, 11–37. Tübingen: A. Francke, 2003.
- Fischer-Lichte, Erika. *Performativität: Eine Einführung*. Bielefeld: transcript, 2011.
- Fischer-Lichte, Erika, Doris Kolesch und Matthias Warstat. *Metzler Lexikon Theatertheorie*. Stuttgart: Metzler, 2005.
- Fritz, Olivia. Die kochende Fanseele: Gewalt im Fußball, 10. Dez. 2012. www.dw.de (17. Okt. 2013).
- Gabler, Jonas. *Die Ultras: Fußballfans und Fußballkulturen in Deutschland*. Köln: PapyRossa, 2010.
- Gabriel, Michael. Ultra-Bewegungen in Deutschland. *Ballbesitz ist Diebstahl: Fans zwischen Kultur und Kommerz*. Ed. Bündnis aktiver Fußballfans (BAFF), 179–195. Göttingen: Die Werkstatt, 2004.
- Gabriel, Michael. Fußballfans sind keine Verbrecher!? Das schwierige Verhältnis zwischen Polizei und Fanprojekten. *Dasselbe in grün? Aktuelle Perspektiven auf das Verhältnis von Polizei und sozialer Arbeit*. Ed. Kurt Möller, 47–55. Weinheim/München: Juventa, 2010.
- Gergen, Mary M. und Kenneth J. Gergen. Performative Social Science and Psychology [13 paragraphs]. *Forum Qualitative Sozialforschung* 12.1 (2010): Art. 11.
- Giurgi, Paulin. *Gewalt bei Sportereignissen: Fussball und Hooliganismus: der Hooligan im Mann*. Marburg: Tectum, 2008.
- Glindmeier, Mike. Ultras in den Medien: Das Spiel mit dem Feuer. *Ultras im Abseits? Porträt einer verwegenen Fankultur*. Eds. Martin Thein und Jannis Linkermann, 193–195. Göttingen: Die Werkstatt, 2012.
- Göbel, Peer. Vega erobert mit »Nero« die Charts, 22. Jan. 2013. www.giga.de (21. Feb. 2014).
- Groß, Tanja. Sensation-Seeking und Fußballfankulturen am Beispiel der Ultra-Fan-Bewegung. *Zeitschrift für Jugendkriminalrecht und Jugendhilfe* 24.2 (2013): 169–175.

- Habermas, Jürgen. *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt: Suhrkamp, 1988.
- Hellmann, Frank. Immer neue Drohkulissen: Fankultur, 7. Dez. 2012. www.fr-online.de (17. Okt. 2013).
- Hofer, Stefan. Grundig wird Sponsor des Stadion Nürnberg, 14. Feb. 2013. www.nordbayern.de (17. Okt. 2013).
- Horn, Christian und Matthias Warstat. Politik als Aufführung: Zur Performativität politischer Ereignisse. *Performativität und Ereignis*. Eds. Erika Fischer-Lichte et al, 395–417. Tübingen: A. Francke, 2003.
- Hummel, Thomas. Gespenster-Atmosphäre im vollen Stadion: Fan-Protest in der Bundesliga, 29. Nov. 2012. www.sueddeutsche.de (17. Okt. 2013).
- Kathöfer, Sven und Jochem Kotthaus. *Block X – Unter Ultras: Ergebnisse einer Studie über die Lebenswelt Ultra in Westdeutschland*. Weinheim: Beltz Juventa, 2013.
- Kirschneck, Jens. Alles für den Max: Der Kampf der Nürnberger Fans um die Stadion-Umbenennung, 15. Feb. 2013. www.11freunde.de (17. Okt. 2013).
- Kleiner, Marcus S. Populäre Kulturen, Popkulturen, Populäre Medienkulturen als missing link im Diskurs zur Performativität von Kulturen und Kulturen des Performativen. *Performativität und Medialität Populärer Kulturen: Theorien, Ästhetiken, Praktiken*. Eds. Marcus S. Kleiner und Thomas Wilke, 13–48. Wiesbaden: VS Springer, 2012.
- Krämer, Sybille. Sprache – Stimme – Schrift: Sieben Gedanken über Performativität als Medialität. *Performanz: Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaft*. Ed. Uwe Wirth, 323–346. Frankfurt: Suhrkamp, 2002.
- Langer, Daniel. *Faszination Ultras: Aspekte und Erklärungsansätze zur Fußballfan- und Jugendkultur*. Bonn/Manama/New York/Florianoópolis: Scientia Bonnensis, 2010.
- Lederer, Bernd. Fußball als Teil der individuellen Lebenswelt: Zum Zusammenhang von aktiver Fankultur und Bildung, oder: Was Fußball mit Bildung zu tun? *Teil-Nehmen und Teil-Haben: Fußball aus Sicht kritischer Fans und Gesellschaftswissenschaftler*. Ed. Bernd Lederer, 82–103. Göttingen: Die Werkstatt, 2010.
- Leppert, Georg. Fans gegen DFL-Sicherheitskonzept, 12. Okt. 2012. www.fr-online.de (17. Okt. 2013).
- Leppert, Georg. Fußball-Fans ohne Stimme: DFL verabschiedet Sicherheitskonzept, 12. Dez. 2012. www.fr-online.de (17. Okt. 2013).
- Linkelmann, Jannis und Martin Thein. »Alles für den Club!«: Eine Feldstudie zu den »Ultras Nürnberg 1994«. Göttingen: Cuvillier, 2011.
- Paul, Christian. Bundesliga-Relegation: Fan-Chaos überschattet Düsseldorfer Aufstieg, 16. Mai 2012. www.spiegel.de (17. Okt. 2013).

- Reinke, Stefan. Organisatoren des Schweige-Protests sind »total überwältigt«, 28. Nov. 2012. www.derwesten.de (17. Okt. 2013).
- Reisin, Andrej. Fan-Gipfel in Berlin: Alle wollen reden, doch keiner weiß, mit wem, 2. Nov. 2012. www.spiegel.de (17. Okt. 2013).
- Ruf, Christoph. Zwölf Minuten Schweigen in den Kurven: Protest gegen DFL-Sicherheitskonzept, 27. Nov. 2012. www.sueddeutsche.de (17. Okt. 2013).
- Ruf, Christoph. *Kurven-Rebellen: Die Ultras – Einblicke in eine widersprüchliche Szene*. Göttingen: Die Werkstatt, 2013.
- Schrage, Klaus. Fans taufen Stadion nach Club-Legende Morlock, 3. Apr. 2006. www.nordbayern.de (17. Okt. 2013).
- Schulze-Marmeling, Dietrich. Fans, Spieler und Funktionäre: Vom Dribbeln in der schönen neuen Fußballwelt. »Holt Euch das Spiel zurück«: Fans und Fussball. Ed. Dietrich Schulze-Marmeling, 225–261. Göttingen: Die Werkstatt, 1995.
- Seier, Andrea. *Remediatisierung: Die performative Konstitution von Gender und Medien*. Berlin: LIT, 2007.
- Sommerey, Marcus. *Die Jugendkultur der Ultras: Zur Entstehung einer neuen Generation von Fußballfans*. Stuttgart: Ibidem, 2010.
- Spiller, Christian. DFL-Sicherheitskonzept. Warum die ganze Aufregung um sichere Fußballstadien?, 11. Dez. 2012. www.zeit.de (17. Okt. 2013).
- sport1. Zittern vor der Abstimmung – Innenminister greift Klubs an, 10. Dez. 2012. www.sport1.de (17. Okt. 2013).
- stw. Ultras »versteigern« Namensrechte an Nürnberger Bauten, 12. Jul. 2013. www.nordbayern.de (17. Okt. 2013).
- Vieregge, Elmar. Fußball im Wandel. *Ultras im Abseits? Porträt einer verwegenen Fankultur*. Eds. Martin Thein und Jannis Linkelmann, 10–25. Göttingen: Die Werkstatt, 2012.
- Wilke, Thomas. Interdisziplinäre Wege und Grenzen der Forschungen zur Performativität und Medialität Populärer Kulturen. *Performativität und Medialität Populärer Kulturen: Theorien, Ästhetiken, Praktiken*. Eds. Marcus S. Kleiner und Thomas Wilke, 453–475. Wiesbaden: VS Springer, 2012.

Die Sicherheitsgesellschaft im Stadion: Der Problemdiskurs um die Ultra-Fans im deutschen Fußball

Fernando Schwenke

Auch wenn vielleicht nur der Wunsch Vater des Gedanken sein mag, scheint sich die 1. Bundesliga in Deutschland inzwischen zur beliebtesten und spektakulärsten Fußballliga weltweit entwickelt zu haben. Doch worin liegt ihr Geheimnis? Was macht die Faszination Bundesliga aus? Fragt man den fußballinteressierten Jedermann oder den ausgewiesenen Experten, so erscheint die Antwort beinahe selbstverständlich: Es ist die einzigartige Atmosphäre in den Stadien. Und diese verdanken die Clubs, die Liga, die Verbände letztlich den Fans. Doch wer sind diese Fans, die vermeintlich aus jedem Fußballspiel ein unvergessliches Erlebnis für alle Beteiligten zu kreieren vermögen? Wer sorgt für die Stimmung um den Platz und treibt die Mannschaften zu Höchstleistungen an? Wer ist das Gesicht Fußball-Deutschlands?

Mindestens ihrem Selbstverständnis nach, aber auch aus Sicht vieler etwas distanzierterer Fußballfans, sind es die sogenannten Ultras. Diese scheinen nur für den Fußball und ihren Club zu leben. Sie sind bei (fast) jedem Auswärtsspiel dabei – und sei es am anderen Ende der Welt. Keine Macht kann sie daran hindern, zum Spieltermin in der Kurve zu stehen und alles zu geben. Dieses romantisch verklärte Bild wird jedoch Woche für Woche überschattet von Berichten über Gewaltdelikte und Randalen am Rande von Spielen, über groteske Hassbekundungen gegen einen rivalisierenden Verein und dessen Fans, aber auch von einer Stadionsicherheitsdebatte, die für ihre Maßnahmen-Diskussion nicht zuletzt einen Sündenbock zu brauchen scheint. Zum Nachteil der gesamten Gruppe vermögen es einige Mitglieder, die Richtigkeit solcher Berichte vehement und stets aufs

Neue zu bestätigen, indem sie rassistische Parolen skandieren, ganze Bahnhöfe zerstören oder im Stadion brennende Bengalos werfen.

Für den Deutschen Fußballbund (DFB), die Vereine und die gesamte Fanszene scheinen die Ultras mithin Segen und Fluch zugleich zu sein: Einerseits treten sie als organisierte Interessenvertreter, als Sprachrohr der gesamten Fangemeinde auf, andererseits erscheinen sie mit ihrem rebellischen Image in der Fremdwahrnehmung partiell als Bedrohung – gerade während des Stadionbesuchs. Für die folgende Analyse sei dann vor allem ihre diskursive Kriminalisierung von Bedeutung. Im Zentrum dieses Beitrags stehen Fragen nach der Sicherheitskultur im Stadion und potenziell gefährlichen Fans als (Sport-)Politikum. Welche Bedeutung dieser Diskurs für den deutschen Fußball haben kann, hängt nicht zuletzt von seinen Teilnehmern und deren (Subjekt-)Position ab. So sind es die diskursiven Eliten, die über die Definitionsmacht verfügen, bestimmte Fangruppen zu legitimieren beziehungsweise zu kriminalisieren. Hierbei sind dies vornehmlich »Medienakteure, die als Leitartikler oder Moderatoren ihre [...] Meinung in Presse, Rundfunk und Fernsehen lancieren« (Schwab-Trapp 294–295).

Die Ultras im Kosmos der Fußballfans

Fußballfans können zunächst als konsumistische Subjekte betrachtet werden: Sie besuchen die Spiele ihres Lieblingsvereins, kaufen Trikots, Schals, Mützen und dergleichen mit dem Vereinseblem. Darüber hinaus bilden sich auch mehr oder weniger organisierte (in)formelle Fangemeinden und -clubs heraus. Fußballfan zu sein, heißt somit auch, aktiv am Geschehen in der Szene partizipieren zu können. Und schließlich nutzen etliche dieser Gruppen die Möglichkeiten öffentlicher Auftritte über Internet-Präsenz. Dabei verbreiten sie Neuigkeiten rund um den favorisierten Verein oder die eigene Gruppierung, werben um Mitglieder und organisieren Treffen für den kollektiven Gang zum Stadion, für die gemeinsame Fahrt zu einem Auswärtsspiel oder Veranstaltungen abseits des Profisports (Sommercy 87–88). Gestaltende Anhänger eines Fußballvereins stehen

exemplarisch dafür, dass »Fan-Sein [...] eine performative Praxis [ist], der im Rahmen der Arbeit an der eigenen Identität eine bedeutende Rolle« (Mikos 115) zukommen kann.

Das Potenzial zur kreativen Mitwirkung am gesamten Fußball(fan)-Kosmos wird dabei recht unterschiedlich genutzt. Prominenter Versuch einer Typologie von Stadionbesuchern ist die nach Heitmeyer und Peter, die zwischen den fußball-, konsum- und erlebnisorientierten Zuschauern unterscheiden (32). Utz und Benke differenzieren abseits des Stadionbesuchs allgemein nach Zugehörigkeit in der Kultur der Fußballfans: Novizen, Veteranen, Kuttentfans und Hooligans. Eine ähnliche Variante von Pilz führt schließlich die Ultras in diesen Kosmos ein (*Wandlungen des Zuschauerverhaltens*). In den 1990er Jahren entwickelt sich die Ultra-Szene unter anderem angeregt durch eine verstärkte Kommerzialisierung des Vereinsfußballs. Charakteristisch für die Ultras ist ihre »starke[] Betonung von Tradition sowohl des Vereins als auch des »ehrlichen Fußballs«, der noch nicht durch die Kommerzialisierung pervertiert wurde« (Gabler 102). Sie bekämpfen (meist) verbal all das, was als Ergebnis der Inklusion des Vereinsfußballs in den kapitalistischen Produktions- und Konsumptions-Apparat verstanden wird (obwohl sie paradoxerweise ihren ganz eigenen Kommerz (Ultra-Wear) betreiben).

Die Ultras verstehen sich selbst mithin als eine Fangruppe *sui generis*, weil sie nicht zu reinen Konsumenten degradiert werden möchten. Sie begreifen sich als das Herz des Fußballsports und sehen diesen als bedroht an durch die primär monetäre Orientierung der Vereins-Exekutive. Steigende Ticketpreise und damit einhergehende Proteste von Fans sind ein beispielhafter Indikator dafür, dass diese leidenschaftlichen Anhänger fürchten, durch Maßnahmen der Kapitalakkumulation im Zusammenhang mit lukrativem Fandom exkludiert zu werden. Ultras konsumieren und partizipieren nicht nur, sondern sie rebellieren auch gegen »die fortlaufende Kommerzialisierung des Fußballs und den damit verbundenen Bedeutungsverlust der im Stadion anwesenden Fans« (Schwier 22), um die Fankultur nach ihren Maßstäben zu (re-)kreieren.

Mit dieser subversiven Haltung aber provozieren sie auch eine konfliktgeladene Beziehung zum jeweiligen Verein, denn ihre Ablehnung des Fußball-Kapitalismus wird nicht nur verkündet. Ultras

fordern im Zuge einer basisdemokratischen Disposition Mitspracherechte bei der Arbeit des Clubs ein und wollen die Geschicke der Vereinsführung (Sponsoring, Stadionumbau, Personalpolitik) aktiv mitgestalten, statt sich ungefragt ein kommerzialisiertes Konzept von Fußball und ihrem Club oktroyieren zu lassen (Sommerey 63–67). Die Vereine hingegen verstehen sich als jene Organisationen, die den Fußball als massenkulturelles Spektakel überhaupt ermöglichen. Dabei ist es nur legitim, auf der Autonomie gegenüber Außenstehenden zu insistieren. Die Ultras sind keine Mitarbeiter des Unternehmens und deshalb steht ihnen auch kein Mitspracherecht bei Spielertransfers oder Sponsorenverträgen zu. Während sich die Ultras als notwendiges Korrektiv verstehen, um die lokale Vereins- und Fankultur zu erhalten, sehen sich die Vereine in ihrer Autonomie (als *global-market-players*) bedroht durch ungerechtfertigte Forderungen nach diesem invasiven Zugriff von außen.

Flankiert wird dieses Konfliktverhältnis durch die mögliche Gefahr des Fehlverhaltens dieser Fans, etwa während der Spiele. Wer seine Bedürfnisse nicht ernst genommen sieht, wessen subjektiv für legitim befundene Ansprüche abgelehnt werden, wer sich mithin ungerecht behandelt und depriviert fühlt, wird sich sehr wahrscheinlich empören. Und dieser Ärger schlägt nicht allzu selten in Wut, Aggression und auch Gewaltbereitschaft um (Bierhoff 28–34). Stellen die Ultras sodann eine (gelegentliche) Gefahr für die Sicherheit im und um das Stadion dar?

Die Ultras als potenziell gefährliche Fangruppe(?)

Ihrem Selbstverständnis nach geht es den Ultras vornehmlich darum, das Fan-Sein und sich selbst als unverzichtbaren Bestandteil der Fußball- und Stadionkultur zu inszenieren. »Sie stellen [...] sich, den Fan, in den Mittelpunkt« (Sommerey 63), wodurch sie sich von passiv konsumierenden Fantypen ebenso unterscheiden wie auch von den Hooligans, deren Interesse nicht dem Fußball gilt, sondern (planmäßigen) Gewaltexzessen. Eskalierendes Fehlverhalten durch unherrschte Affekte und letztlich in das Zwielficht des Hooliganismus zu

rücken, mag sich so besehen destruktiv auf das angestrebte oder zu erhaltende Image einer Ultra-Gruppe auswirken. In ihrer Außendarstellung distanzieren sich diese Gruppen in der Regel von allgemein nicht geduldetem Verhalten und begreifen sich selbst sogar als eine bedeutende Instanz der Sicherheit und Gewaltprävention im Stadion (Gabler 20–22, 96–103). Weil Ultras generell als der organisierte Teil der Fanszene gelten, lassen sie sich durchaus als Interessengruppen verstehen, mit denen die Vereine beispielsweise im Zuge künftiger Stadionsicherheitspolitiken kooperieren könnten. Da sie als parteiische, voreingenommene Interessenvertreter der Fangemeinde angesehen werden, kann allerdings ein konfliktbelastetes Verhältnis zwischen Ultras und dem jeweiligen Verein gerade das Gegenteil bewirken, sodass sich die Clubs vornehmlich gegen (die Bedrohungen durch) die organisierten Fans und deren Verhalten zu versichern suchen.

Ergänzend zu den obigen Fußballfan-Typologien sei somit noch auf die ordnungspolitische Differenzierung nach Gefahrenpotenzial hingewiesen: Zur Kategorie A gehören die potenziell nicht delinquenten Besucher, in die Kategorie B werden gewaltbereite Fans eingeordnet, Kategorie C speist sich aus den gewalt-affinen Stadionbesuchern, den Hooligans. Die Ultras werden auf alle drei Kategorien verteilt, seien also mit Fokus auf Gewalttätigkeit als heterogen und nicht pauschal als gewaltbereit beziehungsweise harmlos zu begreifen (Sommerey 42–43). Die angedeutete Möglichkeit des gefährlichen Verhaltens der Ultras aufgrund des Ärgers über die Vereinspolitik ist letztlich nur ein Beispiel für einen Impuls, dem Ausschreitungen im Stadion folgen können. Durch das Aufeinandertreffen von Fankollektiven aus zwei rivalisierenden Lagern scheint das Setting des Stadionbesuchs für einige *eo ipso* einen Rahmen für delinquentes Verhalten bereitzustellen.

Diese beiden Gruppen treten [...] im Rahmen des Fußballspiels in eine rituelle Schlacht, in einen metaphorischen Krieg. Dies wird begünstigt durch die Tatsache, dass es in kaum einer anderen Situation gesellschaftlich so akzeptiert ist, ja sogar erwartet wird, dass sich das Individuum unfair, unreflektiert und subjektiv verhält wie im Fußballfantum.« (Gabler 19).

Dies lässt sich so interpretieren, dass für selbstverständlich befundene Normen des Miteinanders, die in anderen Kontexten ihre (selbst-)disziplinierende Wirkung entfalten, im Stadion ihre Gültigkeit zu verlieren drohen. Und die Ultras könnten ob ihrer exzessiven Leidenschaft affektive Delinquenz anderer Zuschauer (mit)provozieren und als Beschleuniger zur Eskalation bei einer ohnehin aufgeheizten Stimmung wirken.

Ein Einfallstor für anarchische Zustände im Fußballstadion wären die Toleranz gegenüber non-konformem Auftreten und die Quasi-Obligation zum Über-die-Stränge-Schlagen aber nicht. Im Gegenteil: Fankollektive wie etwa die Ultras begreifen sich als stark selbstregulative Gruppen wegen ihres »Potenzial[s] der internen sozialen Kontrolle der Fankurve« (Gabler 21). Diese »wird ausgeübt von der Gesamtheit der anwesenden Fangemeinde, indem akustisch oder physisch interveniert wird, wenn in der Kurve ein Verhalten beobachtet wird, das die Mehrheit oder eine engagierte Minderheit nicht erwünscht« (Gabler 21). Es scheinen gewisse Verhaltenskodizes zu bestehen, bestimmte Handlungen werden vom *Gros* der Fans abgelehnt und im Bedarfsfall auch sanktioniert. Mithin wirkt beim einzelnen Fan die Möglichkeit der Strafe durch die Gleichgesinnten schon präventiv auf die (Nicht-)Bereitschaft zur Delinquenz ein. Dieser steht inmitten einer großen Gruppe, in der er mäßig anonym, wohl aber nicht versteckt agieren kann. Es sind dann die potenzielle Sichtbarkeit und die Unkenntnis, ob ein Fehlverhalten unentdeckt bleiben könnte, weshalb sich ein Subjekt der Beobachtung zur Unterdrückung seiner Affekte oder zur Unterlassung planmäßiger Normverletzungen zu zwingen scheint (gleich dem Prinzip des Panoptismus (*Überwachen und Strafen* 251–292)).

So selbstregulierend die Sichtbarkeit auch wirken mag, so einladend erscheint dann aber die Nicht-Sichtbarkeit: Wer sich verummmt, doch in der Menge untergeht, scheinbar nicht von Kameraüberwachung erfasst wird oder wenigstens unerkannt bleibt und keine Sanktionen fürchtet, könnte ungehemmt agieren. Und dass diesbezüglich gerade Ultras und ihrem potenziellen Verhalten eine gewisse Bedrohlichkeit zugeschrieben wird, provozieren sie letztlich selbst: In ihrer Außendarstellung (im Stadion, beim Internetauftritt) kokettieren sie damit, wild, deviant und rebellisch zu sein. Nicht

zuletzt verbinden die Ultras ihr Verständnis von sich als fankulturelles Gut, von echtem Sport und richtiger Stimmung im Stadion mit der Inszenierung des Fußballspiels als Drama (Schwier 28–34). Als elementar produktive Aufgabe verstehen sie den organisierten *Support* während der Partien: Sie gestalten die eindrucksvollen Choreographien zu Spielbeginn und sind um ununterbrochene Fangesänge sowie die Animation der gesamten Zuschauerschaft bemüht. Jedoch lassen sie sich bei ihrer Kreation der Stadionatmosphäre wenig von Regeln und Verboten einschüchtern. Viel diskutiertes Problem ist das (unerlaubte) Verwenden pyrotechnischer Gegenstände, der sogenannten Bengalos. Für die meisten Ultras ist deren Abbrennen obligatorisch, ohne dass es dafür eine zweck-rationale Begründung gibt. Ob es zusätzlich beabsichtigt ist oder nicht, mit ihrer eigensinnigen Regelsetzung verstoßen sie sowohl gegen die Hausordnungen der Vereine als auch gegen geltendes Recht (Sprengstoffgesetz). Ihre Assoziation von Feuer(werk) mit Leidenschaft erscheint Außenstehenden umso absurder, je stärker berücksichtigt wird, dass und welche Gefahr für die körperliche Unversehrtheit der anderen Stadionbesucher davon ausgeht. Angebliche Irrationalität und Willkür von Verboten taugen dann schwerlich als Argumente, sachunkundigen Gebrauch der Pyrotechnik zu tolerieren. Die Diskrepanzen im Verständnis von Stadionstimmung zwischen den Fantypen ist auch Grundlage einer weit verbreiteten Skepsis gegenüber der Ultra-Szene.

Sicherheitskultur (und -gesellschaft) im Stadion

Eine Konsequenz der zumindest partiell disharmonischen Stadionkultur sind offen artikulierte Sicherheitsbedenken durch Fans, Journalisten, Politiker, Ordnungsbehörden, Verbandsmitglieder oder Vereinsverantwortliche. Auch Sportveranstaltungen wie Fußballspiele auf Profiniveau sind Gegenstand von Risikokalkulation und Gefahrendebatten. Die Sicherheitsgesellschaft zieht in die deutschen Stadien ein. Diese soziale Kollektivfigur der Sicherheitsgesellschaft (Singelstein, Stolle) speist sich im Wesentlichen aus zwei Aspekten: Sowohl allgemeine Verunsicherung und Kriminalitätsfurcht als auch

Bedürfnisse nach umfassenderen Sicherheitsmaßnahmen und rigoroseren Sanktionen gegen Straftäter nehmen in der Bevölkerung rapide zu. Kausale Erklärungen dafür werden aus zwei Kernargumenten abgeleitet: So wird eine Projektions- oder auch Generalisierungsthese formuliert, die besagt, dass Kriminalitätsangst zusätzlich aus allgemein gesteigerter Verunsicherung beziehungsweise aus anderen Ängsten (vor Krankheit, vor Arbeitslosigkeit, vor Armut) resultiert (Singelstein, Stolle 37–40). Die zweite These verweist auf den Einfluss der Berichterstattung durch Presse und Rundfunk, die gerade mit Themen um Verbrechen und Opferwerdung besondere Aufmerksamkeit erregt. »Wesentlicher Faktor hierbei ist der Schauer des Schrecklichen, die Angst und Unsicherheit erzeugende Bössartigkeit« (Singelstein, Stolle 53). So wird eine allgemeine Realitätsdeutung erzeugt, (Gewalt-)Kriminalität würde zu einer immer größeren und permanent präsenten Bedrohung werden. Diese Gefährdungen thematisch aufzugreifen, birgt dann auch für Politiker – etwa im Wahlkampf – einen möglichen Reputationsgewinn, wenn sie auf dieser Basis ihre Befähigung zum Schutz der Interessen potenzieller Wähler (zumindest rhetorisch) demonstrieren können (Singelstein, Stolle 54, 118–122; Albrecht 123–124).

Als ein typischer Schauplatz dieser Entwicklung werden anscheinend auch Fußballstadien stilisiert: Gerade Fußballfans und Stadionbesuche(r) werden im öffentlichen Diskurs als Gefahrenquellen wahrgenommen oder stigmatisiert. Andere Formen der Kriminalität im Kosmos des Fandoms scheinen kein so stark Aufmerksamkeit erregendes und beunruhigendes Problem darzustellen. Ein möglicher Erklärungsansatz für die Scheidung von Bagatellen und ernststen Gefahren durch die Leserschaft und Zuschauer mag das Gefühl potenzieller Betroffenheit sein. »Die dabei erzeugten Moralpaniken bauen auf einer Opferkonstruktion auf, die die individuelle Schädigung [...] kollektiviert« (Singelstein, Stolle 54). Zum Beispiel schadet Musikpiraterie den Künstlern, Produzenten, Vertreibern finanziell; die Fans der Interpreten fühlen sich dadurch nicht persönlich bedroht oder geschädigt. Vielmehr profitieren sie sogar von den Reaktionen der Musikindustrie darauf: Etablierung und Expansion eines Online-Marktes für legalen Musikdateienerwerb und individualisierten Konsum (Oderinde 79–86). Ein Stadionbesucher hingegen fürchtet dann

andere Fußballfans, wenn er und weil er einen selbst zu erleidenden Schaden antizipieren würde.

Perspektiven, Verbrennungen durch fehlgeleitete Pyrotechnik zu erleiden oder Opfer von körperlicher Gewalt werden zu können, erscheinen somit als üblich gewordene Begleiter beim Stadionbesuch. Die generelle Furcht vor der Opferwerdung wird noch angereichert um die spezifische Angst um den eigenen Körper und dessen Unversehrtheit. Dies mutet geradezu symptomatisch dafür an, in welcher Weise der Körper Identitätsträger und Sinnbild erfolgreicher respektive gescheiterter Lebensführung ist. In seiner Erscheinung artikuliert sich, für jeden (anderen) sichtbar, der eigene Umgang mit der neoliberalen Bürde allumfassender Eigenverantwortung, Risikoprivatisierung und Problemindividualisierung (Prainsack 47–51). Dies wird entsprechend begleitet von latenten Ängsten um den fitten Körper, Ängsten vor dem untauglichen (Bauman 180–186) oder dem unästhetischen Leib (Ziemer) und letztlich der Furcht, dies auch noch selbst verantworten zu müssen – unabhängig von tatsächlichem Eigenverschulden. Kriminalitätsangst erscheint dann nicht nur als Furcht vor dem Akt des Gewaltdelikts, sondern mehr noch vor der daraus folgenden Destruktion der weiteren Biografiepläne. Das Fußballstadion wird in der Folge zum gemeinsamen (räumlichen) Fluchtpunkt der allgemeinen Körperängste und der individuellen Hochrisikokalkulationen zur Opferwerdung.

Schließlich mag das Stadion auch deshalb ein Terrain der Unsicherheit sein, weil das Risiko, Schaden zu nehmen, beziehungsweise die Wahrscheinlichkeit, schadenfrei zu bleiben, schwer abschätzbar erscheint. Der öffentliche Raum ist generell ein Areal der Unsicherheit und kann gerade bei »hoher Verdichtung der Raumnutzung« zum »*Raum der Zumutung*« werden (Gusy 282). Im Setting des öffentlichen Raumes artikulieren sich die Diskrepanzen zwischen objektiver und subjektiver Gefahrenlage. Am selben Ort können die Unsicherheitsempfindungen der Anwesenden (stark) variieren, und ebenso variabel wird auch im (öffentlichen oder privaten) Sicherheitsmanagement mit Instrumenten der Gefahrenprävention verfahren (Gusy 284–292). Sicherheitsdebatten im Allgemeinen, ebenso wie Fragen nach der Sicherheit im Fußballstadion im Speziellen, lassen sich im Spannungsfeld von Freiheit und Schutz verorten: Diskussio-

nen und Überlegungen zum Einsatz von Sicherheitskräften und -technologien werden durch das Abwägen von Freiheitsbeschränkungen im Namen allgemeiner Sicherheit beziehungsweise höherer Risikotoleranz im Namen der Freiheitlichkeit unterfüttert (Gusy 294–297). Bei Gefahrendiskursen und -definitionen kommt der Berichterstattung in Presse und Rundfunk eine Schlüsselrolle zu – und dies scheint beim Problemdiskurs der Stadionsicherheit nicht anders zu sein. Die bisherigen sicherheitspolitischen Anregungen und Konsequenzen der Gewaltproblematik im deutschen Fußball belaufen sich vor allem auf Zugangsselektion zum Raum Stadion sowie Polizeipräsenz zur Prävention von Ausschreitungen oder – im Bedarfsfall – zur Intervention. Und dies wird letztlich, inspiriert durch die allgemeine sicherheitsgesellschaftliche Gefährdungsrhetorik, oktroiert – unabhängig davon, ob sich das *Gms* der Fans oder nur eine Minderheit ernsthaft bedroht fühlen.

Stadionbesucher als Sicherheitspolitikum

Um nun als Veranstalter nicht die Legitimation des angebotenen Konsumgutes aufgrund von allgemeinen Sicherheitsbedenken zu verlieren, gilt es für die Vereine und Verbände demonstrativ in Gefahrenprävention zu investieren (Anthonj, Emrich, Pierdzioch 6–7). So werden Bedenken und Maßnahmen offen artikuliert, für sogenannte Hochrisikospiele ein besonders großes Ordneraufgebot bereitgestellt sowie einschlägig bekannte Problemfans ausgegrenzt. Gerade in diesem Zusammenhang wird dann das Sicherheits- und Gewaltproblem mit den Ultras relevant: Ihnen haftet nun das Image der Problemfans an, nachdem die Hooligans durch die Sicherheitspolitiken – Datei »Gewalttäter Sport« (seit 1994) – weitestgehend aus den Stadien verdrängt wurden. Zumindest aus Sicht der Ultras mag sich dabei innerhalb der Großgruppe Fußballfans ein (rhetorischer) Antagonismus abzeichnen: Konsumenten vs. Straftäter. Wenn gerade die Ultras über den Diskurs pauschal als Problemgruppe betrachtet würden, mündet dies in einer auf Generalverdacht basierenden Kriminalisierung *a priori*, das heißt hierbei durch Zugehörigkeit und vor

Straftatbestand. Die Anwendung des Erfahrungswissens um (personenbezogene) Einzelfälle als stigmatisierende Praxis bezüglich eines Personenkreises würde ein Image evozieren, das jegliche Repression durch Staat und Polizei legitimiert (Sommerey 71–74).

Exemplarisch dafür steht die Gutachtertätigkeit zur Gewaltproblematik, die von der Bundesregierung schon Ende der 1980er Jahre in Auftrag gegeben wurde. »[J]e näher die Gutachten dem Endgutachten sind, desto mehr wird die präventive Linie verlassen, desto mehr setzt sich die Linie der im Gutachten mitarbeitenden Polizeipraktiker durch« (*Fußballfans zwischen Verständnis und Verachtung* 112). Die bis in die 1990er Jahre ausgearbeiteten Ideen orientieren sich überwiegend an restriktiven Maßnahmen und erheben die Polizei zum wichtigsten Akteur im Gesamtkontext. Einschlägiges Beispiel aus der jüngeren Vergangenheit ist das Sicherheitspapier der Deutschen Fußballliga (DFL) vom 12. Dezember 2012. Im Großteil der 16 darin formulierten Anträge werden die Vereine stärker in die Pflicht genommen, als Veranstalter ein sicheres Stadionerlebnis möglichst garantieren zu können: Sie sollen sicherheitspersonelle Strukturen etablieren und die Kooperation mit der Polizei weiter verbessern. Die gelegentlichen Verweise auf einen »kontinuierliche[n] und verbindliche[n] Dialog mit den Fans« (*DFL-Sicherheitspapier* 2) erscheinen nach beendeter Lektüre als bloßes Lippenbekenntnis. Vielmehr werden Maßnahmen angeregt, wie Stadionbesucher nach den sicherheitskulturellen Maßstäben der Verbände (DFB und DFL) zu domestizieren wären (Methoden der Personenkontrollen, Alkoholverbot im Stadion) und mit welchen Mitteln potenzielle Störer ausgesperrt und Straftäter besser verfolgt werden können.

Die Hinweise auf Erfahrungen aus der Vergangenheit haben zweifellos ihre Berechtigung, gerade auch im Zuge der Vorbereitung auf künftige Gefährdungen und der Frage nach Verantwortlichkeiten. Auch wenn moralisch-normativ jeder Verletzte zu Recht als einer zu viel gilt, hat dieses Dokument einen merkwürdigen Beigeschmack: Als ob Fußballveranstaltungen in Deutschland von einer (organisierten) Verbrechenswelle bedroht wären, wird, trotz lobender Worte für bereits etablierte Strukturen, eine schärfere Konzeption von sicherheitsorientierten Sozialtechniken eingefordert – ein typisches Symptom der Sicherheitsgesellschaft: Je mehr getan wird, desto mehr wird

eingefordert (Singelstein, Stolle 40–42, 112–115; Albrecht 115–118). Die Fans werden wiederum zu deren Objekten degradiert statt zur Mitwirkung animiert und eingeladen. Sie werden entweder nicht als (elementarer) Koproduzent zur Realisierung der Vorhaben be(tr)achtet oder als ursächlicher Impulsgeber für die Debatte stigmatisiert.

Ein wohlwollendes Vertrauen in das kollektive Verantwortungsbewusstsein der Stadionbesucher und in die Wirkung öffentlicher Sichtbarkeit als (Selbst-)Disziplinierung reichen aber wohl auch nicht aus, um dieses Setting für ungefährlich befinden zu können. So mögen Ultras zwar die Sicht der Polizei als »einseitige und pauschal kriminalisierende« (Gabler 105) verstehen, die Polizisten hingegen reflektieren ihre Arbeit als orientiert an Erfahrungen und den üblichen »Zumutungen des Einsatzgeschehens« (Christe-Zeyse 82). So erscheint dann das selbstregulative Potenzial der Fanggruppierungen nicht nur als weniger zuverlässig als die polizeiliche Intervention, sondern würde womöglich durch die fehlende emotionale Distanz, etwa durch das Feindbild der Polizei, sogar durch ihre internen Verfechter unterwandert. Sei es nun ein spezifisches Streitthema zwischen engagierten Fans und Vereinsführung, eine Provokation durch Anhänger der gegnerischen Mannschaft oder das (angeblich) »martialische Auftreten« der Polizei (Sommerer 72) – den Ultras haftet aufgrund ihrer Emotionalität und Affektivität auch das Image an, ein soziales Pulverfass zu sein, das durch verschiedene Impulse zur Explosion gebracht werden kann.

Das diskursive Drama um die Ultras

Und trotz aller Betroffenheitsrhetorik und verbalen Gegenwehr der Ultras – ganz dem Reich der Fabeln dürfte diese Kriminalisierung auch nicht entspringen. Ohne empirischen Anlass würde doch kaum von Staat, Verbänden und Vereinen so ausgeprägt über die Stadionsicherheit debattiert und in Gefahrenprävention investiert. Auch dieser Diskurs artikuliert sich als Ausdruck eines kollektiven Wissensvorrates, eines *common sense*. In Anlehnung an Max Schelers Wissenssozio-

logie haben die präventive Polizeipräsenz und die Antizipation von delinquentem Verhalten bis hin zu dessen Eskalation ihre Berechtigung darin, dass es sich nicht nur um vage Vermutungen einzelner Personen handelt. Ein Diskurs hat ganz allgemein (historisch-)materielle Voraussetzungen, die manifeste, zum Beispiel institutionelle Bedingungen für die Legitimation des Gesagten implizieren. Das Sein der Dinge bestimmt das Sein der Ideen.

Dies generiert jedoch durchaus zur reziproken Beziehung, zu einer Interaktivität zwischen Ideen, Subjekten und Material: Äußerungen, Definitionen und Begriffsbildung werden zu Instrumenten, um die Materialität der Dinge (absichtlich) zu überformen und diese neu zu konstituieren (*Archäologie des Wissens* 67–70). Für die Stadionsicherheit wäre das so zu interpretieren, dass vorausschauende Äußerungen – etwa in der Berichterstattung – zur primären Einflussvariable für die Ausgestaltung der Materialität des Stadionbesuchs werden können: Je dramatischer die Bedrohungskommunikation ist, desto schärfere Überwachungs- und Kontrollmaßnahmen werden folgen, umso eher würden diese aber auch von vielen (potenziell) Betroffenen akzeptiert. In der Post-9/11-Sicherheitsgesellschaft ist die Freiheitlichkeit legitimes Opfer für möglichen Schutz geworden. Dabei rücken dann die Mechanismen innerhalb der Diskursproduktion in den Fokus. »Man muß den Diskurs als eine Gewalt begreifen, die wir den Dingen antun; jedenfalls als eine Praxis, die wir ihnen aufzwingen« (*Die Ordnung des Diskurses* 34–35). Mit dieser Lesart kann Beiträgen zu einem Diskurs im Allgemeinen und zum Problemdiskurs um die Ultras im Speziellen die Fähigkeit zugeschrieben werden, Realitätsdeutungen zu verbreiten und bei den Rezipienten dieselben zu affizieren. »In Diskursen wird Wissen über Wirklichkeit konstruiert, und damit – entgegen allen objektivistischen Annahmen – die Wirklichkeit selbst« (Bettinger 77).

So nehmen zum Beispiel Journalisten Einfluss über die Berichterstattung und erzeugen eine Realität eigener Art – zum Beispiel in Bezug auf (Gewalt-)Kriminalität (Frehsee). Schließlich sind sie befugt, gar berufen, ihre Meinungen zu verbreiten. Was bei Foucault mit »Verknappung [...] der sprechenden Subjekte« (*Die Ordnung des Diskurses* 26) benannt wird, ist eine Zuteilung von Subjekt-Positionen im Diskurs sowie eine Exklusion von Subjekten, denen *a priori* die

Äußerungsfähigkeit abgesprochen wird. In einem Kontext wie diesem basiert die Äußerungsfähigkeit auf institutionalisierter Expertise: Aufgrund ihres Berufsstandes und des damit zugebilligten Vertrauens in ihr Wissen, in ihre Qualifikationen sowie in ihre Integrität werden die Journalisten und Sportreporter zur diskursiven Elite erhoben. Ihre Äußerungen finden Anklang und werden letztlich als Spiegelbild der bestehenden Realität vernommen. So sind sie es, die eine Idee von Sicherheitsbedrohung und gefährlichen Fans zur Wahrheit qualifizieren (können) – vor allem dann, wenn diese vermeintliche Wirklichkeit Einzug hält in eine politische Agenda sowie sich in Aktionsplänen und Aufträgen an verantwortliche Organisationen artikuliert (Blumer 301–305; Donati 151–153, 169–171).

Was der journalistische Kriminalitätsdiskurs zunächst erzeugt, wirkt sodann auf die Hersteller profitabel zurück. Dass sich – zumindest aus manch einem Blickwinkel – die Berichterstattung über Ultras und die Sicherheit im Stadion in einem Spiel mit den Ängsten der Leser verliert und politischen Handlungsbedarf affiziert, scheint somit an einen (symbolischen) Nutzen oder Ertrag gekoppelt zu sein: Diese elitäre Subjekt-Position im Diskurs hat durchaus verführerischen Charakter, und die Sprecher sind daher im Modus ihrer Arbeit interessengeleitet, sodass diese Positionierung als basales Ziel der Diskursteilnehmer erscheint. Es geht darum, einen Diskurs zu beherrschen, zu dessen Redensführer zu avancieren oder eine dominante Position zu verteidigen. Der Diskurs »ist die Macht, deren man sich zu bemächtigen sucht« (*Die Ordnung des Diskurses* 11). Die Teilnahme an einem Diskurs im Allgemeinen und auch am Ultra-Diskurs im Speziellen wird sodann nicht selbstzweckhaft sein, sondern auf einem egoistischen oder parteiischen Motiv aufbauen. Der wirtschaftliche Erfolg eines Mediums sichert nicht zuletzt seine inhaltliche Unabhängigkeit und somit die Pressefreiheit im Allgemeinen. Hauptaufgabe des Journalismus ist mithin das Verkaufen der Berichte (Rabl 216–217), und Material, das Kriminalitätsängste schürt, verkauft sich in der Sicherheitsgesellschaft hervorragend.

Auch der Sportjournalismus lebt von seiner Spannung und Dramatik; relevant ist, was sich gut verkauft. »In dem Maße, in dem Waren semiotisiert werden, wird [ein] Diskurs selbst warenförmig, d.h. er öffnet sich dem ökonomischen Kalkül und wird für den Markter-

folg designed« (Fairclough 344). Diesen Markterfolg wiederum verheißen die potenziellen »Konsumenten« des Diskurses. Die Leser und Zuschauer verlangen nach spannungsgeladenen Storys, ob es nun private Ausschweifungen eines prominenten Spielers sind oder die sportliche Talfahrt eines einst erfolgreichen Clubs. Gleiches mag auch für die Figur des gefährlichen Fans gelten: Fußballinteressierte könnten gar nicht genug darüber lesen und hören, so sehr sie das Fehlverhalten auch verurteilen. Für Gewaltdelikte und die Berichte darüber gilt im Allgemeinen: »Most of us are both fascinated and horrified by [violence]« (Litke 173). So mag sich diese Erfahrung in gängiger journalistischer Praxis perpetuieren, dass vor allem schockierende und deshalb faszinierende Berichte oder Eindrücke die Rezipientenschaft potenziell am besten »beglücken«. Die delinquenten Stadionbesucher sind, trotz aller rhetorischen Disqualifikation als Unverbesserliche oder Chaoten, doch immer wieder eine Erwähnung wert. Zumindest wird der Gewalt im Fußball »ein wichtiger Unterhaltungs- und Nachrichtenwert zugeschrieben« (*Fußballfans zwischen Verständnis und Verachtung* 118).

Fazit

Ausgangspunkt für das hier verhandelte Problem scheint die Unvereinbarkeit verschiedener Rollenverständnisse zu sein: Auf der einen Seite stehen die Vereine, die sich primär als kapitalistische Unternehmen verstehen, ihre Fans vornehmlich als Konsumenten betrachten und als Ausrichter von Großveranstaltungen entsprechende Verantwortung für reibungslose Abläufe und die Gewährleistung der Sicherheit des Publikums tragen. Auf der anderen Seite stehen die engagierten Fans, die sich als unverzichtbaren Konstitutionsbestandteil der Fußballkultur begreifen, den Vereinen Mitgestaltungsrechte abverlangen und autoritäre Eingriffe in das Stadionerlebnis womöglich als Zeichen der Geringschätzung und Kriminalisierung verstehen, gerade wenn sie durch Sicherheitsbedenken seitens der Veranstalter begründet werden.

Wenn sich aber bestimmte Fans und Fangruppen aus Prinzip gegen die Clubs wenden, dann tendierten die Vereine wohl dazu, eher restriktiv und autoritär mit ihren Fans umzugehen: Statt die Anhänger in Partizipation und Kreation auch ernst zu nehmen, fühlen sich die Clubs primär verantwortlich dafür, bestimmte Personen auszugrenzen, bevor diese noch zu einer Gefahr für die anderen Stadionbesucher werden, wobei sie ihrerseits über die Sicherheitsrhetorik einen Hoheitsanspruch legitimieren können, um die Stadionbesucher zu domestizieren und die Fankultur zu kontrollieren. Durch eine eventuell damit einhergehende pauschale Stigmatisierung verblieben mithin gerade die meist skeptisch betrachteten Ultras auch unabhängig von ihrem Verhalten oder dessen Rechtfertigung im Zwielicht der personifizierten Bedrohung.

Für die Aufrechterhaltung des journalistischen Diskurses über Stadionsicherheit und dessen lukratives Potenzial dürfte die Dauerhaftigkeit der angespannten Lage zwischen (zu) engagierten Fans und den Vereinen allerdings notwendig sein. Der Sportjournalismus scheint diese konfliktgeladene Situation und das Gefährdungspotenzial durch Stadionbesucher wegen des damit verbundenen Sensationswertes zu brauchen. Darin artikuliert sich sodann exemplarisch die sicherheitsgesellschaftliche Logik. Jegliche Äußerungen – ob nun durch Journalisten, Vereinsverantwortliche, Ordnungshüter oder Politiker – über öffentliche Sicherheitsbedenken und Präventionsmaßnahmen erhalten ihren Wert durch kollektive Angst. Diese muss erst erzeugt werden und wenn tatsächliche Bedrohungen dies nicht leisten, dann bedarf es der diskursiven Qualifikation des Risikos zur ernstzunehmenden und permanenten Gefahr. Freilich sind dadurch Berichte etwa über Gewaltdelikte keine Fiktion der Diskursteilnehmer. Aber für den Vermarktungserfolg gilt es, das Geschehene – oder noch Mögliche – zum schockierenden und faszinierenden Drama zu stilisieren sowie Handlungsanleitungen anzubieten für präventiven oder nachsorgenden, individuellen sowie organisierten, politischen und zivilgesellschaftlichen Umgang mit möglichen Verbrechen und Delinquenz. Darüber legitimiert sich sodann auch eine derartige journalistische Praxis: Dem nötigen ersten Impuls zur Panikerzeugung bei den Rezipienten folgen oft beruhigende Analysen möglicher Vorkehrungen zur Verhinderung eines (erneuten) Delikts oder die

lobenden Worte über erfolgreiche Strafverfolgung und rigorose Sanktionen.

Der Einzug der Sicherheitsgesellschaft in die Fußballstadien ist dann endlich bereitet, wenn sich der Obrigkeitsanspruch des Rechts- und Ordnungsstaates in der Stadionsicherheitspolitik über Polizeipraxis und die Kooperation der Vereine mit den Beamten niederschlägt. Die allgemeine sicherheitsgesellschaftliche Vision vom Überwachungsstaat würde sich auch im Stadion artikulieren können: Aus dem Quasi-Panoptismus des selbstregulativen Potenzials der Stadionbesucher in der Fankurve würde – etwa mittels besonders intensiver Kameraüberwachung – ein echtes Panopticon mit einer fremden Beobachtungs- und Kontrollinstanz. Dessen Legitimation wird dann vor allem über die Berichterstattung befördert, deren Unabhängigkeit durchaus infrage steht, wenn berücksichtigt wird, dass sie meist den politischen Sicherheitsdiskurs aufgreift und reproduziert sowie sich aus vorab gefilterten Informationen polizeilicher Quellen speist.

Für die Unabhängigkeit des Journalismus spricht allerdings, dass auch die Praxis, mit der staatliche und polizeiliche Machtaspiration durchgesetzt werden soll, zum Gegenstand kritischer Analysen wird. Exemplarisch dafür steht die ablehnende Berichterstattung zum Sicherheitspapier der DFL, dessen Impulsgeber das Bundesinnenministerium gewesen ist. Teil dieses Diskursstranges war eine zu ambitionierte Politik der Gefahrenprävention als Eingriff in die Autonomie der Sportverbände und -vereine sowie eine Über-Ermächtigung der Ordnungshüter auf Kosten jeglicher Fan- und Stadionkultur. Nicht nur die potenziell gefährlichen Fans also, sondern ebenso ein in seinen Vorstößen gelegentlich zu restriktiv erscheinender Staat oder auch eine in ihrem Selbstverständnis manchmal zu rigoros vorgehende Polizei sind Gegenstand des sportjournalistischen Diskurses.

Literatur

- Albrecht, Hans-Jörg. Neue Bedrohungen? Wandel von Sicherheit und Sicherheitserwartungen. *Zivile Sicherheit. Gesellschaftliche Dimensionen gegenwärtiger Sicherheitspolitiken*. Eds. Peter Zoche, Stefan Kaufmann und Rita Ha-verkamp, 111–127. Bielefeld: transcript, 2011.
- Anthonj, Pierre, Eike Emrich und Christian Pierdzioch. Gewalt und Gewaltbekämpfung im deutschen Fußball. Empirische Bestandsaufnahme und sozioökonomische Modellbildung. *Diskussionspapiere des Europäischen Instituts für Sozioökonomie e.V. 1*. Universität des Saarlands: Institut für Sportwissenschaft, 2013.
- Bauman, Zygmunt. Ein Katalog postmoderner Ängste. *Flaneure, Spieler und Touristen: Essays zu postmodernen Lebensformen*, 170–198. Hamburg: Hamburger Edition, 2007.
- Bettinger, Frank. Diskurse – Konstitutionsbedingungen des Sozialen. *Foucaults Machtanalytik und Soziale Arbeit: Eine kritische Einführung und Bestandsaufnahme*. Eds. Roland Ahorn, Frank Bettinger und Johannes Stehr, 75–91. Wiesbaden: VS, 2007.
- Bierhoff, Hans W. Ärger, Aggression und Gerechtigkeit: Moralische Empörung und antisoziales Verhalten. *Aggressionen und Gewalt: Phänomene, Ursachen und Interventionen*. Eds. Hans W. Bierhoff und Ulrich Wagner, 26–47. Stuttgart: Kohlhammer, 1998.
- Blumer, Herbert. Social Problems as Collective Behavior. *Social Problems* 18.3 (1971): 298–306.
- Christe-Zeyse, Jochen. Die Macht der Profession: Beobachtungen zum Selbstverständnis einer starken Kultur. *Die Polizei zwischen Stabilität und Veränderung: Ansichten einer Organisation*. Ed. Jochen Christe-Zeyse, 71–104. Frankfurt: Verlag für Polizeiwissenschaft, 2006.
- DFL-Sicherheitspapier: Antragspaket der ordentlichen Mitgliederversammlung des Ligaverbandes am 12. Dezember 2012, 13. Dez. 2012. https://www.bundesliga.de/de/liga/news/2012/sicherheitskonzept-beschlossen-antraege-zum-download_0000233747.php (25. Jun. 2014).
- Donati, Paolo R. Die Rahmenanalyse politischer Diskurse. *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse: Theorien und Methoden*. Bd. I. Eds. Reiner Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider und Willy Viehöver, 145–175. Opladen: Leske + Budrich, 2001.
- Fairclough, Norman. Globaler Kapitalismus und kritisches Diskursbewusstsein. *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse: Theorien und Methoden*. Bd. I. Eds. Reiner Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider und Willy Viehöver, 335–352. Opladen: Leske + Budrich, 2001.
- Foucault, Michel. *Archäologie des Wissens*. Frankfurt: Suhrkamp, 1981.
- Foucault, Michel. *Die Ordnung des Diskurses*. Frankfurt: Fischer, 1993.

- Foucault, Michel. *Überwachen und Strafen: Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt: Suhrkamp, 1994.
- Frehsee, Detlev. Kriminalität in den Medien: Eine kriminelle Wirklichkeit eigener Art. *Der Rechtsstaat verschwindet: Strafrechtliche Kontrolle im gesellschaftlichen Wandel von der Moderne zur Postmoderne*. Ed. Wolfgang Schild, 397–420. Berlin: Duncker & Humboldt, 2003.
- Gabler, Jonas. *Ultrakulturen und Rechtsextremismus: Fußballfans in Deutschland und Italien*. Köln: PapyRossa, 2009.
- Gusy, Christoph. Der öffentliche Raum – Ein Raum der Freiheit, der (Un-)Sicherheit und des Rechts. *Zivile Sicherheit: Gesellschaftliche Dimensionen gegenwärtiger Sicherheitspolitiken*. Eds. Peter Zöche, Stefan Kaufmann und Rita Haverkamp, 279–301. Bielefeld: transcript, 2011.
- Heitmeyer, Wilhelm und Jörg-Ingo Peter. *Jugendliche Fußballfans – Soziale und politische Orientierungen, Gesellungsformen, Gewalt*. Weinheim/München: Juventa, 1992.
- Litke, Robert F. Violence and Power. *International Social Science Journal* 44.2 (1992): 173–183.
- Mikos, Lothar. Der Fan. *Diven, Hacker, Spekulanten: Sozialfiguren der Gegenwart*. Eds. Stephan Moebius und Markus Schroer, 108–118. Frankfurt: Suhrkamp, 2010.
- Oderinde, Alice. *Im Netz spielt die Musik: Das Internet als Herausforderung für die Musikindustrie*. Marburg: Tectum, 2010.
- Pilz, Gunter A. Fußballfans zwischen Verständnis und Verachtung: Kritische Anmerkungen zum Gewaltgutachten der Bundesregierung. *Soziologie des Sports: Theorieansätze, Forschungsergebnisse und Forschungsperspektiven*. Eds. Joachim Winkler und Kurt Weis, 107–125. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995.
- Pilz, Gunter A. Wandlungen des Zuschauerverhaltens: Vom Kutfan und Hooligan zum postmodernen Ultra und Hooltra. *Kursiv – Journal für Politische Bildung* 9.3 (2005): 50–59.
- Prainsack, Barbara. Die Verflüssigung der Norm: Selbstregierung und personalisierte Gesundheit. *Risiko Gesundheit: Über Risiken und Nebenwirkungen der Gesundheitsgesellschaft*. Eds. Bettina Paul und Henning Schmidt-Semisch, 39–53. Wiesbaden: VS, 2010.
- Rabl, Herbert W. Kriminalberichterstattung aus journalistischer Sicht. *Kriminalberichterstattung in der Tagespresse*. Eds. Dieter Dölling, Karl Heinz Gössel und Stanislaw Waltos, 215–253. Heidelberg: Kriminalistik Verlag, 1998.
- Scheler, Max. Wesen und Begriff der Kultursozilogie. *Gesammelte Werke Bd. 8*, 17–51. Bern: Francke, 1960.
- Schwab-Trapp, Michael. Diskurs als soziologisches Konzept: Bausteine für eine soziologisch orientierte Diskursanalyse. *Handbuch Sozialwissenschaftli-*

che Diskursanalyse: Theorien und Methoden. Bd. I. Eds. Reiner Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider und Willy Viehöver, 283–307. Wiesbaden: VS, 2011.

Schwier, Jürgen. Die Welt der Ultras: Eine neue Generation von Fußballfans. *Sport und Gesellschaft* 2.1 (2005): 21–38.

Singelstein, Tobias und Peer Stolle. *Die Sicherheitsgesellschaft: Soziale Kontrolle im 21. Jahrhundert*. Wiesbaden: VS, 2008.

Sommerey, Marcus. *Die Jugendkultur der Ultras: Zur Entstehung einer neuen Generation von Fußballfans*. Stuttgart: Ibidem, 2010.

Utz, Richard und Michael Benke. Hools, Kутten, Novizen und Veteranen. *Kursbuch JugendKultur*. Ed. SpoKK, 102–115. Mannheim: Bollmann, 1997.

Zierner, Gesa. Verletzbarer Körper: Eine ästhetische und ethische Kategorie. *Die Unversehrtheit des Körpers: Geschichte und Theorie eines elementaren Menschenrechts*. Eds. Sibylle van der Walt und Christoph Menke, 167–183. Frankfurt/New York: Campus, 2007.

Autorinnen und Autoren

Hannah Birr (M.A.) studierte Medienkultur, Anglistik und Psychologie an der Universität Hamburg und am Trinity College Dublin in Irland. Nach Tätigkeiten beim NDR (Norddeutscher Rundfunk) und am Goethe-Institut in Neu-Delhi ist sie seit 2011 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medienwissenschaft der Eberhard Karls Universität Tübingen. Zu ihren Forschungsschwerpunkten gehören die audiovisuelle Emotionsforschung, Genretheorie und interkulturelle Medienrezeption. Zurzeit untersucht sie in ihrer Dissertation den Einfluss digitaler Live-Distributionsformen auf Ästhetik und Rezeption klassischer performativer Künste.

Kristina Busse promovierte in englischer und amerikanischer Literaturwissenschaft an der Tulane University New Orleans und lehrt seit zehn Jahren Literaturtheorie, Feminismus und Kontinentalphilosophie an der University of South Alabama. Ihr Hauptforschungsgebiet sind Fans und Fangemeinschaften, insbesondere deren Online-Interaktionen. Mit Karen Hellekson ist sie Mitgründerin des akademischen Journals *Transformative Works and Cultures* und Mitherausgeberin der Sammelbände *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet* (2006) und *The Fan Fiction Studies Reader* (2014). Mit Louisa Stein hat sie *Sherlock and Transmedia Fandom* (2012) herausgegeben.

Laura Byell und Karishma Schumacher studieren an der Universität Bremen Kulturwissenschaft mit dem Schwerpunkt Kommunikations- und Medienwissenschaft. Durch das private Interesse an der Cosplayszene forschten sie hinsichtlich der Untersuchung von Identitätskonstruktion in Medienkulturen bei Marco Höhn. Sie realisierten den Dokumentarfilm *In Character – Helden erwachen zum Leben* über die deutsche Cosplayszene, der im Oktober 2013 auf der *Mega Manga Convention* in Berlin Premiere feierte.

Vera Cuntz-Leng studierte Film- und Theaterwissenschaft in Mainz, Marburg und Wien; sie wurde 2014 am Institut für Medienwissenschaft der Eberhard Karls Universität Tübingen mit einer Arbeit über die *Harry Potter*-Filmsaga am Scheideweg von Genretheorie, Queer Reading und Slash-Fandom promoviert. Derzeit verbringt sie einen Forschungsaufenthalt in den USA und

ist Mitarbeiterin des *FanData*-Projekts am Berkeley Center for New Media der University of California, Berkeley.

Janwillem Dubil studierte Neuere deutsche Literatur- und Medienwissenschaft, Ältere Deutsche Literatur- und Sprachwissenschaft sowie Pädagogik an der Christian Albrechts Universität zu Kiel. Derzeit arbeitet er dort an seiner Promotion mit dem Thema »Theorie und Praxis der Comica daption«. Weitere Forschungsschwerpunkte umfassen die Populärkultur der 1990er Jahre, Genretheorie und das Verhältnis von Musik und Film.

Gabriel Duttler ist Diplom-Sportwissenschaftler und arbeitet seit 2010 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Sportwissenschaft der Julius-Maximilians-Universität Würzburg im Arbeitsbereich Bildung und Bewegung. Sein derzeitiger Tätigkeitsschwerpunkt liegt in der Erforschung der Fankultur von Fußballfans, der er innerhalb des interdisziplinär besetzten Forschungszusammenhangs »Institut für Fankultur« nachgeht. Daneben beschäftigt er sich mit der Bildungsarbeit von Sportvereinen und insbesondere mit gesundheitspädagogischen Potenzialen von Sport und Bewegung. In zweitgenanntem Themenfeld hat er sich 2012 mit einer Arbeit über Bindung an Gesundheitssport promoviert.

Sophie G. Einnwächter ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Mannheim. Sie promovierte 2013 an der Goethe-Universität Frankfurt mit einer Dissertationsschrift zur Rolle von Fans innerhalb der Kulturwirtschaft: *Transformationen von Fankultur. Organisatorische und ökonomische Konsequenzen globaler Vernetzung*. Sie ist seit 2012 Vorstandsmitglied des *European Network for Cinema and Media Studies* (NECS) und Gründerin der »Fan Studies Workgroup« innerhalb des Netzwerks.

Jonas Etten studierte Allgemeine und Vergleichende Literaturwissenschaft sowie Philosophie an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und Freie Bildende Kunst in der Klasse für Film und Video an der Kunsthochschule Mainz. Derzeit promoviert er am Philosophischen Seminar der Universität Mainz mit einem Dissertationsprojekt zur Wahrnehmungstheorie Henri Bergsons im Kontext der (post-) digitalen Medienkunst.

Karina Geiger studierte Mediapublishing an der Hochschule der Medien in Stuttgart-Vaihingen. Ihre Bachelor-Abschlussarbeit *Auf literarischen Werken basierende Fanfictions – Rechtliche Beurteilung sowie Chancen und Risiken für Buchverlage* thematisiert die Berührungspunkte des deutschen Urheberrechts mit Literatur-Fanfictions und analysiert, welche Herausforderungen und Mög-

lichkeiten die Fanwerke der Verlagsbranche bringen. Zurzeit ist sie als Verlagsassistentin bei einem Zeitschriftenverlag in Schwäbisch Hall tätig.

Thessa Jensen ist Associate Professor am Institut für Kommunikation und Psychologie der Universität Aalborg. Den Mittelpunkt ihrer Forschung bildet der dänische Theologe und Philosoph Knud E. Løgstrup und seine Ethik. Ausgehend von dieser Grundlage wird die Teilnahme, Zusammenarbeit und Erschaffung von Inhalten auf Sozialen Medien untersucht. Außerdem wird untersucht, wie Relationen zwischen den Benutzern dieser Medien entstehen und sich weiterentwickeln können.

Anja Löbert studierte Soziologie, Medienwissenschaft und Popular Music Studies in Halle/Saale und Liverpool. Seit 2006 arbeitet sie als freie Journalistin für Pop- und Fankultur. Ihre Beiträge sind erschienen in der *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung*, *ZEIT Online*, *Frankfurter Rundschau*, *ta3*, *Tagesspiegel* und *Der Freitag*. Parallel publiziert sie regelmäßig wissenschaftliche Beiträge im britischen, amerikanischen und deutschen Forschungsraum. Ihre Schwerpunkte bildeten dabei bisher weibliche Fankulturen, Celebrity Following, Boyband-Reunions und Cliff Richard. Löbert lebt in Manchester und ist dort Affiliate an der School of Arts and Media der University of Salford.

Sandra Mauler hat 2012 das Studium der Erziehungswissenschaften an der Universität Innsbruck abgeschlossen. In ihrer Bachelorarbeit mit medienpädagogischer Ausrichtung beschäftigte sie sich mit der Praxis des Teilens von fremderzeugten Medieninhalten auf *Facebook* als Mittel der Darstellung personaler Identität. Derzeit ist sie als studentische Mitarbeiterin am Institut für Geschichtswissenschaften und Europäische Ethnologie an der LFU Innsbruck tätig und arbeitet an ihrer Masterarbeit im Forschungsfeld der Fanfiction.

Eva Mertens studierte von 2007 bis 2012 zunächst an der Universität zu Köln die Fächer Deutsch, Musik und Sozialwissenschaften. Beendet hat sie ihr Studium mit dem ersten Staatsexamen 2012 an der Universität Rostock mit den Fächern Deutsch und Sozialwissenschaften sowie Pädagogik und Psychologie. Bereits im Studium gründete sie 2009 das *Ani-Ma-Projekt*, dessen Projektleiterin sie seitdem ist. Das Projekt hatte zu Beginn das alleinige Ziel, die deutsche Manga- und Animeszene zu erforschen und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Für die Zukunft ist eine Erweiterung des Aktionsradius zu einer Anlaufstation für die empirische Szeneforschung allgemein geplant.

Ramón Reichert war 2009–13 Professor für Neue Medien am Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft der Universität Wien. Seit 2014 ist er Leiter des Masterstudienganges »Data Studies« an der Donau-Uni Krems. Er ist Initiator des 2013 gegründeten internationalen Forschernetzwerks »Social Media Studies«. Er lehrt und forscht mit besonderer Schwerpunktsetzung des Medienwandels und seiner gesellschaftlichen Veränderungen in den Wissensfeldern »Digitale Medienkultur«, »Digital Humanities« und »Social Media Studies«. Aktuelle Publikationen: *Die Macht der Vielen. Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung* (2013); *Big Data. Analysen zum digitalen Wandel von Wissen, Macht und Ökonomie* (2014).

Tom Reiss hat in München Neuere Deutsche Literatur, Komparatistik und Linguistik studiert. Er arbeitet, ebenfalls in München, an seinem Promotionsprojekt über eine Semiotik des Phantastischen. Er ist Mitglied und Postgraduiertensprecher des interdisziplinären Promotionsprogrammes PROLIT, Lehrbeauftragter am Institut für Allgemeine und Vergleichende Literatur der Ludwig-Maximilians-Universität München und Redakteur und Autor bei *Hinterland*, der Vierteljahresschrift des Bayerischen Flüchtlingsrats.

Carla Schriever ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Philosophie und Lehrbeauftragte am Institut für Musikwissenschaften an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg. Sie studierte Philosophie und Anglistik in Bochum, Köln und Oldenburg. Derzeit arbeitet sie an einer Dissertation zum Thema *Von der Antwort zur Verantwortung- Nachlévinasische Konzeptionen des absolut Anderen* und an der Monografie *Men in high heels – Self fashioning of male Prince Fans*, die 2015 an der University of Iowa Press erscheinen wird. Ihre Forschungsinteressen sind Populäre Musik, Gender, Sozialphilosophie und philosophische Ästhetik.

Christine Schulz studierte an der Universität Erfurt Grundschullehramt mit Fokus auf den Fächern Deutsch und Englisch. Ebenfalls dort schreibt sie im Fachbereich »Lernen und neue Medien« ihre Dissertation zu Medienfanszenen mit dem Schwerpunkt auf Online-Communities und Internet-vermittelter Interaktion. Als wissenschaftliche Hilfskraft des Bereichs Künstlerisch-Ästhetische Bildung unterstützt sie die Entwicklung des Thüringer Bildungsplans bis 18 Jahre. Seit 2013 ist sie Mitglied des *Ani-Ma-Projekts*.

Fernando Schwenke hat von 2008 bis 2011 Soziologie und Erziehungswissenschaft (B.A.) und von 2011 bis 2013 Soziologie (M.A.) mit Schwerpunkt »Arbeit – Wohlfahrt – Profession« an der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften der Friedrich-Schiller-Universität Jena studiert. In dieser Zeit verfolgte er vor allem Interessen in der Diskurs- und Gouvernamenta-

litätsforschung; bevorzugt in den Kontexten soziale Ungleichheit, Erwerbstätigkeit und wohlfahrtstaatlicher Wandel. Seine gegenwärtigen Vorhaben lassen sich zudem in der wissenssoziologischen Kriminalitätsforschung verorten.

Meike Ubrig ist Akademische Mitarbeiterin am Institut für Medienwissenschaft und Koordinatorin des Zentrums für Animationsforschung der Eberhard Karls Universität Tübingen. Sie studierte Publizistik und Filmwissenschaft an den Universitäten Marburg, Mainz und Edinburgh und verfasste ihre Masterarbeit zum Thema *Ist die Katharsisthese zu retten? Eine empirische Untersuchung* (*Publizistik* 55.1 (2010): 5–23). 2010 verbrachte sie ein Forschungsjahr am Psychologischen Institut der Stanford University, USA. In ihrer Promotion, die sie 2013 abschloss, untersuchte sie in einem disziplinübergreifenden Ansatz die Darstellung, Rezeption und Wirkung von Emotionen im Film. Ihr Forschungsschwerpunkt ist die interdisziplinäre Medien- und Emotionsforschung.

Markus Wiemker studierte Soziologie, Philosophie und Psychologie mit dem Schwerpunkt Medien- und Kulturwissenschaften an der RWTH Aachen. Er unterrichtet den Bereich Game Design und Game Studies an Fachhochschulen und Universitäten in Deutschland, Österreich und Singapur und entwickelte Game-Design-Curricula für Institutionen in Europa, Südostasien und Westafrika. Seit 2013 ist er Professor im Lehrgebiet Game Design an der Hochschule Macromedia, University of Applied Sciences, Stuttgart. Neben seiner Arbeit als Interactive Storyteller und Game Designer liegt sein aktuelles Forschungsinteresse in der Zensur und Regulierung von digitalen Spielen.

Jeffrey Wimmer ist seit 2009 Juniorprofessor für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt sozialwissenschaftliche Aspekte digitaler Spiele und virtueller Welten an der TU Ilmenau. Davor war er wissenschaftlicher Mitarbeiter und Post-Doc an der FAU Erlangen-Nürnberg, LMU München, FU Berlin und Universität Bremen. 2007 promovierte er zum Thema (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Er ist Sprecher der E-CREA-Fachgruppe »Communication and Democracy« sowie der DGPK-Fachgruppe »Soziologie der Medienkommunikation«. Seine Forschungs- und Lehrschwerpunkte liegen in den Bereichen Soziologie der Medienkommunikation, Öffentlichkeit und Partizipation, Mediatisierung und Medienkulturforschung.

Jutta Zaremba studierte Kunstpädagogik in Essen sowie Theater-, Film- und Fernsehwissenschaften in Bochum; sie promovierte 2004 zu New York und

Tokio in der Medienkunst, von 1998 bis 2010 war sie Mitarbeiterin im Bereich Neue Medien im Institut für Kunstpädagogik an der Goethe-Universität Frankfurt, 2010–11 hatte sie eine Vertretungsprofessur für Kunstdidaktik an der Justus-Liebig-Universität Gießen, und seit 2011 ist sie Mitarbeiterin im Fach Kunst & Visuelle Medien im Institut für Ästhetisch-Kulturelle Bildung an der Europa-Universität Flensburg.